

探索经济现象的内在奥妙 揭秘经济热点的背后玄机



你一定要知道的 经济常识全集

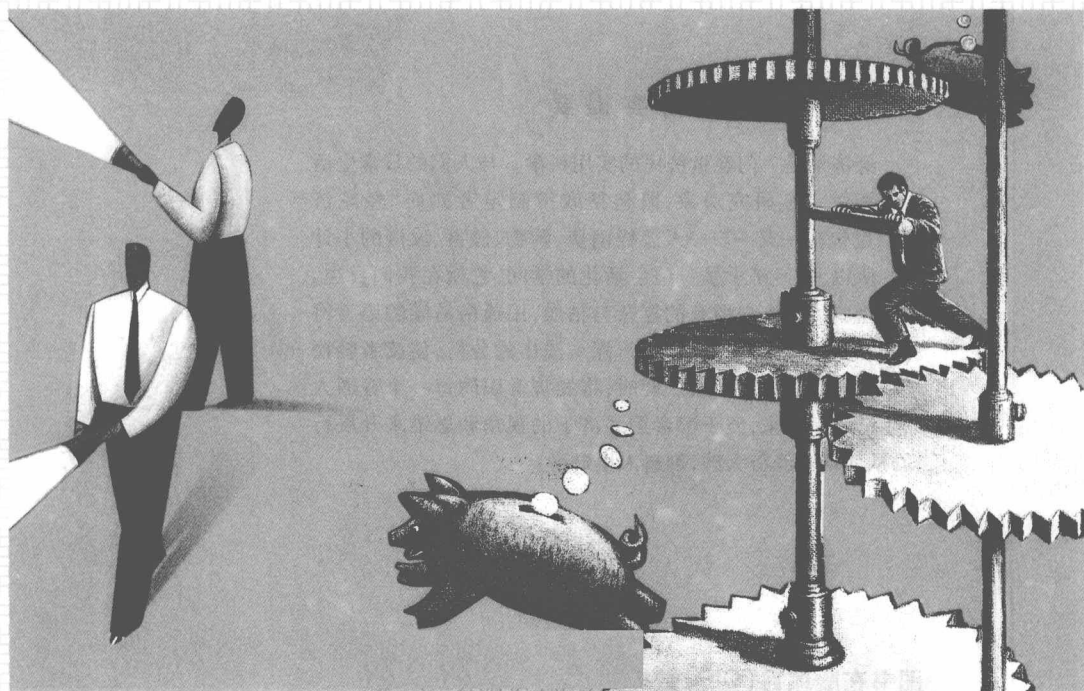
了解经济原貌,改变生活现状;透析经济原理,成就财富人生!

*Economic General Knowledge
You Need To Know*

于跃龙 编著

 中国纺织出版社

探索经济现象的内在奥妙 揭秘经济热点的背后玄机



你一定要知道的 经济知识全集

了解经济原貌,改变生活现状;透析经济原理,成就财富人生!

*Economic General Knowledge
You Need To Know*

于跃龙 编著

 中国纺织出版社



房价为什么居高不下，会不会有下降的可能，能降多少，人们应该怎样应对楼市？

为什么大米、鸡蛋、猪肉又涨价了，通货膨胀给人们带来怎样的影响？

大学扩招是好事，还是坏事？毕业生为什么“没就业先失业”？

人民币升值了，中国的老百姓该悲伤还是该高兴？

人们之间的收入差距怎么会越来越大？

老百姓为什么说“生不起”病，看病会不会变得越来越容易、越来越便宜？

.....

从这些人们茶余饭后谈到的话题，到各大报刊、网站、电视台上说的我国乃至全球的经济形势、股票市场行情、石油价格波动，再到一个人怎样利用自己所拥有的有限资源规划好自己的一生……可以说，经济学已经渗透到人们生活的方方面面，存在于每个人的日常行为之中。生活中，每个人都会有意无意地运用经济学原理来解决自己碰到的大大小小的问题，企图以最小的付出获得最大的收益。1992年诺贝尔经济学奖获得者，美国经济学家加里·贝克尔告诉世人，人类社会90%的行为都可以用经济学来分析。

今天，经济学已经不再是那些高居庙堂的经济学家们玩的游戏，

而是我们每一个人都需要关注的问题。如果说几年前，人们还没有意识到市场经济的残酷性和现实性，不觉得经济学与自己的生活有什么关系，那么现在已经有越来越多的人开始明白，懂得一些经济学、了解一些经济学知识、适当把握市场规律，能够让我们生活得更好。无论从事什么行业、在什么工作岗位上，经济学都可以教会人们如何更好地处理日常的工作、生活、人际交往以及个人投资理财等各个方面的问题，尤其是当人们面对各种各样的选择问题时。经济学作为一门关于选择的学问，无疑能够培养你的智慧，尤其是关于选择的智慧，帮助你生活得更加得心应手。

然而，一向以高深著称的经济学充斥着生硬的术语、复杂的数学模型、抽象的理论推理等，这些让许多人望而却步，让很多经济学著作变成了阳春白雪式的欣赏品。

在这种情况下，本书为读者提供了一个了解经济学的途径。书中以经济学的基本结构为骨架，以生活中鲜活事例为血肉，将抽象的经济学概念、理论等融入日常生活所见所闻以及各种有趣的故事当中，从理财、福利、职场、财富等方面生动而又严谨地阐述了经济生活中的许多基本原理和热门话题。这样，读者就能在轻松快乐中了解那些生涩、抽象、难懂的经济学知识，从案例中总结出经济学的一般规律，学会从经济学的视角去解读日常生活中的疑问，给自己规划一个更美好的生活。

为读者提供一把打开经济学大门的钥匙，让读者在轻松快乐中有所收获和领悟，就是本书的目的。

编著者

2010年3月



第一篇 危机中必须知道的经济学…………… 1

流动性过剩：经济泡沫产生的幕后推手 ……………	2
财务杠杆：一夜暴富，或一夜变穷 ……………	5
对冲基金：让你在金融海啸中赚大钱 ……………	8
次贷危机：2008 年金融危机的真实面目 ……………	11
通货膨胀：为什么钱越来越不值钱了 ……………	14
就业问题：失业有多可怕 ……………	17
经济滞胀：经济学家的心腹之患 ……………	20
泡沫经济：破碎前的美丽 ……………	23
节俭悖论：节俭导致贫穷 ……………	27
人民币升值：货币升值是把双刃剑 ……………	31
负利率：存钱就是赔钱 ……………	34

第二篇 与居民口袋和福利休戚 相关的经济学…………… 37

CPI：消费者物价指数……………	38
------------------	----

PPI：国家经济的“体温计”	42
M0、M1、M2：如何判断货币供应量	44
恩格尔系数：小康水平的标尺	46
基尼系数：穷人与富人的差距	49
货币政策：经济的调控“大手”	53
税负归宿：税负，到底由谁来承担	56
增值税：我国第一大税种	60
拉弗曲线：如何解决税收问题	63
社会福利：一张彩票可以帮助千万人	67
新型农村合作医疗：农民不再怕看病	70
保障性住房：要得广厦千万间	73
交通福利：向月票年代说拜拜	76

第三篇 事业路上要懂得的经济学..... 79

蝴蝶效应：追求事业不可忽视细节	80
蘑菇定律：职场新人更容易受冷落	83
木桶理论：职场中全面发展的重要性	86
路径依赖：拿出勇气来改变	88
二八法则：做主角，还是跑龙套	91
内卷化效应：你总是原地踏步的原因	94
马太效应：为何收入越高的人薪水涨得越快 ...	97
天使基金：帮你实现创业梦想	100
财务自由：你为什么而工作	103
人才经济学：21 世纪，什么最重要	105

注意力经济学：赢得上司的关注资源	108
择业经济学：“冷门”、“热门”并无界限	111
职工福利：更有利于企业的发展	114

第四篇 管理中的经济学..... 117

智猪博弈：大猪和小猪的选择	118
企业管理：借鉴先进的管理经验	121
人力资源管理：要用人首先就要留住人	125
激励定律：赞美是最好的激励	128
生产可能性边界：达到有效生产	131
墨菲定律：周全准备确保万无一失	134
机会成本：放弃也是一种成本	137
破窗理论：要保护好第一扇窗	139
鲶鱼效应：在竞争中保持活力	142
双赢：和谐与竞争的统一	145
产品生命周期：产品的“生、老、病、死”	148
规模报酬：先做实，再做强	151
阿罗不可能性定理：要留意不同的声音	154
帕累托最优：利己而不损人的理想状态	157
效率工资：把懒人变为勤劳者	160

第五篇 理财要懂得的经济学..... 163

组合投资：怎样在篮子里放鸡蛋	164
黄金法则：理财要精打细算	167

黄金投资：财富保值的最佳选择	170
股票：全民参与的财产增值投资	173
炒股：选择质地优良的股票	176
九一法则：存下人生的第一桶金	180
储蓄管理：不可不知的储蓄知识	183
个人财务报表：分析你的财务状况	186
账客：轻松记账小窍门	189
理财有道：向世界巨富们看齐	192
房产投资：承载梦想的“蜗居”	195
基金：积累来的大财富	198
保险：给你的财富系上安全带	202
债券：攻防兼备的投资	205

第六篇 市场经济学..... 209

外包：摆脱杂务，专注核心事务	210
利润最大化：所有商家都追求	213
完全竞争市场：经济学最理想的模型	215
均衡价格：供给与需求升降的结果	217
需求弹性：为什么粮食开放而食盐管制	220
边际效用：打破边际效用递减	223
熟能生巧理论：在自己熟悉的市场领域发展 ...	225
寡头市场：“波音”和“空中客车”是空中霸主 ...	227
兼并：上演大鱼吃小鱼的一幕	230
市场生存定律：适者生存，与狼共舞	233

逆向选择：信息传递中的偏差	235
沉没成本：有一种选择叫放弃	238

第七篇 “你买我卖” 中的经济学 241

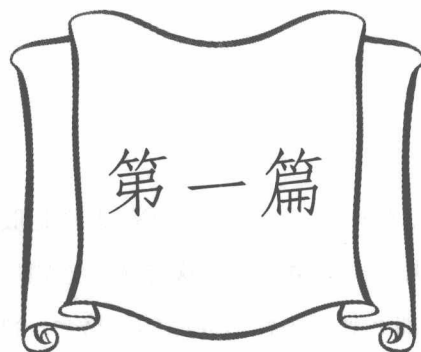
替代效应：做不可被替代的角色	242
共生效应：不要远离大市场	244
消费者剩余：你来我往的杀价游戏	247
奥纳西斯法则：凡事超前一步更易成功	250
伯内特定律：抓住客户的注意力	253
物以稀为贵：越稀有越值得拥有	255
价格歧视：为什么同物不同价	257
两种销售方式：推销和行销	260
市场需求：销售的出路	263
外部性：销售中的借势原则	266
货币职能：热爱金钱，善待金钱	269
风险理论：风险越大，利润越大	272

第八篇 日常生活中的经济学常识..... 275

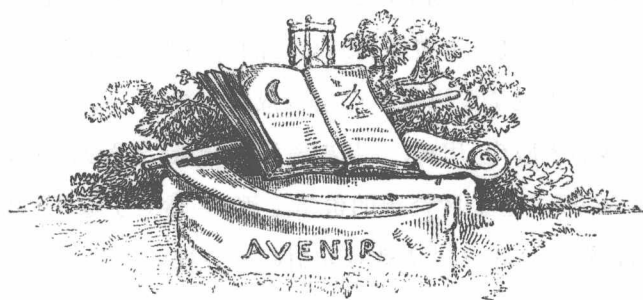
成本与收益：嫁个有钱人的经济学分析	276
精神消费：吉祥号码为何能卖钱	279
美女经济：商家为什么钟情美女	282
炫耀性消费：富翁为什么越贵越买	285
同居的经济学分析：同居到底伤了谁	288
婚姻经济：女人最具风险的投资	292

离婚的成本：离婚要谨慎	295
斗鸡博弈：夫妻间吵架不两败俱伤的智慧	298
合理避税：你可以交更少的税	301
萨缪尔森幸福公式：幸福的奥秘	305
心理账户：理性地进行经济生活	309
成本策略：商家为何要“大放血”	313

参考文献	316
------------	-----



危机中必须知道的经济学





流动性过剩：经济泡沫产生的幕后推手

曾经,几乎所有人都对“涨”字感受颇深,无论是股价一路上扬,还是房价居高不下,抑或肉蛋价格飙升……这都像是连锁反应一般,几乎各个领域的商品都在涨。那么到底为什么商品的价格会一涨再涨,为什么会出现这种连锁反应呢?

经济学家指出,流动性过剩是导致这种现象产生的根本性原因。而所谓流动性过剩就是指投入流通的货币量过度了,通俗地讲就是,市场上的钱太多了。

也许有人会说,“钱多了是好事啊,哪有赚钱多的?”的确,对于个人来说当然钱越多越好,但是对于国家和社会来说,钱太多了就未必是好事了,往往会出问题。

在市场经济中,“钱”代表着购买力,而相对于有限的社会资源来说,人的欲望是无限的。一旦市场上的钱过多了,那么这些钱的拥有者们便面临更多选择,他们或者进行消费以提高自己的生活水平;或者进行投资,以期在将来生产出更多的资源以供自己消费或继续投资。于是,这些多出来的资金便大量地涌入股市、房地产、基础资源等领域,将股票、房屋、能源等商品的价格推升,而这些上游资源的价格上涨,必然会引起下游消费品价格的上升。而投资增长速度过快就容易引起社会性的生产过剩,表现为经济萧条或者“资本主义经济危机”。在1970年以前的资本主义国家总是不断发生这样的事情。

1970年以后,这样的情况变得不明显了,经济的波峰和波谷之间已经

看不出剧烈的变化。这主要归功于两个变化：①政府对经济发展形势的预测能力有了很大的提高，加上其宏观调控手法也更加细腻得体，这就使得经济周期的循环不再明显。②IT技术的发展，使得市场信息的采集和分析更加快速和准确，这样，企业便不必等到积压产品堆满仓库时才意识到应该压缩产能了，而是在市场需求回落之前，就能主动压缩产能以减少损失。如此一来，过剩的钱虽然不会用于实业投资（长期资本市场）以形成产能，却大量地涌入短期资本市场进行逐利。于是，在国际资本市场上开始出现了数以万亿美元计、可流动性极强、呼风唤雨、摧枯拉朽的热钱，而这又在一定程度上使得经济发展的不稳定性进一步加剧。

由此可见，流动性过剩不利于经济的发展。那么，流动性过剩到底会表现为哪些具体形式呢？一般来说，主要有以下几种：

1. 货币增长率大于GDP（国内生产总值）增长率。
2. 金融系统中，存款的增长速度远远快于贷款的增长速度。
3. 贸易顺差加大，外汇储备激增。
4. 证券市场大幅上涨。
5. 基础建设加快，许多企业出现产能过剩的情况。
6. 柴米油盐、水电油气等居民日常消费品价格轮番上涨，房价居高不下。
7. 人民币升值，使得国际热钱流入。

不难看出，我国正处于流动性过剩之中，而导致这种现象的原因是多方面的。

从内部来看，经济结构不平衡、储蓄和投资倾向强于消费倾向等都是导致流动性过剩的因素，其中最主要的就是储蓄投资缺口。由于储蓄投资缺口，使得我国的贸易顺差加大；而贸易顺差加大就势必引起人民币的升值预期加大，从而又导致大量的国外资本流入，这样，在贸易和资本流动的双顺差的情况下，我国的外汇储备激增。2008年4月，我国外汇储备余额达到了1.76万亿美元。而按我国目前的外汇管理制度，我国的外汇收入必

须结售给中国人民银行,央行为收购外汇必须增加货币发行。也就是说,如果央行要收购 1.76 万亿美元的外汇储备,那么它就需要发行超过 11 万亿元人民币的货币,这是我国流动性过剩的主要内部原因。

从外部来看,自美国“9·11”事件后,世界各主要经济体都统一地实行低利率政策,使得各主要货币的流动性空前增长,从而出现了全球流动性过剩。在国际经济形势的影响下,大量资金从美国流入以中国为代表的亚洲新兴经济体,进而导致了我国流动性过剩的发生。

那么,在流动性过剩的现状面前,作为普通老百姓,应该如何应对才能使自己手中的资产不贬值呢?

首先,可以通过投资来保值。当然,投资的领域很广泛,但要坚持这样一个原则,即应该尽量避开高风险的投资市场。比如不懂股票就不要盲目入市。此外,由于黄金一直都是抵御通胀风险的首要硬通货,因此购买黄金也是不错的选择。

同时,房产也是值得考虑的投资对象。值得注意的是,房产投资应以市区地段的中小型房产为宜,因为随着城市人口的增加,市区地段的房产风险小、易出手;而郊区地段的别墅,总价高、难出手,这就会让投资者承担较大的资金流动性风险和通胀风险。



财务杠杆：一夜暴富，或一夜变穷

提到杠杆，人们就会很自然地想起阿基米德的名言“给我一个支点，我就能撬动地球。”据说，阿基米德的豪言壮语连当时的希腊国王也震惊了。恰逢国王碰到了一个非常棘手的问题：国王替埃及的托勒密王造了一艘船，因为船太大太重，工人们根本无法将船移动到海里。于是，国王请来阿基米德，说：“你连地球都有办法撬动，那么将一艘船移进海里应该不会做不到吧？”阿基米德爽快地接受了国王给自己的任务，没过多久，他便巧妙地将各种机械组合起来，造出一架牵引机具，然后，他将牵引机具的绳子交给国王。国王只轻轻地一拉，就将大船移进了海里。在此，阿基米德运用的便是杠杆原理。它告诉我们，只要杠杆够长，任何重量的物体都能够用很小的力举起来。

日常生活中，杠杆原理应用非常普遍。比如，汽车的方向盘，司机用很小的力就能够改变一辆很重的汽车的方向，这就是运用了杠杆原理。不仅是在日常生活中，就是在金融领域，杠杆原理一样被运用得很广泛。当今资本市场金融交易的一个重要特点就是高杠杆率。所谓杠杆率，就是指金融机构的可运作资产对其自有资本金的倍数。比如假设杠杆率为10，而该公司的自有资本金为1美元，那么，它就能从银行获得10美元的贷款，拥有10美元的运作资金。由此可以看出，当资本金已定的时候，杠杆率越高，金融机构所能运作的资产就越多；运作的资金越高，获得的利润就越高。商业银行、投资银行等金融机构几乎都是采用杠杆经营模式，它们的运作资产规模远远高于自有资本规模。我们都知道，风险和收益是成正比的，

所以杠杆率越高,收益就越多,同时风险当然也就越大。

与人们生活联系最紧密的财务杠杆的例子就是房屋的按揭贷款。

绝大多数人在购买房产的时候,都不是一次性付款,而是首付一定比例的房款,然后按揭。比如你买了一幢价值 100 万元人民币的房子,首付是 20%,你就用了 5 倍的财务杠杆。如果后来房价增值 10%,那么你将房子卖出后,除了还清贷款外,还会获得比首付多出 50% 的资金收益,而这 50% 的资金收益就是你的投资回报;相反,如果房价下跌了 10%,那么你这时卖出房子,你就会损失 50% 的资金,首付只剩下一半。而如果你的首付是 10% 的话,财务杠杆就变成 10 倍,房价上涨 10% 时,你的投资收益就刚好是你的首付款;当然,如果房价下降 10%,那么你就赔光了你的首付款。

在金融领域,通过保证金账户具体操作的期权期货就是比较常见的财务杠杆的运营方式,这种保证金账户在购买股票时,往往不需要全额支付,只需要支付股票总值的 25%~30% 即可。通常“买长”时支付 25%，“卖短”时支付 30%。也就是说,如果往你的保证金账户里充入 2 万元,那么,在“买长”时,你就可以总共购买总值 8 万元的股票,财务杠杆率便是 4 倍。当然,天上没有掉馅饼的事情,那 75% 的钱是证券商借给你的,你需要支付一定的利率,这个利率一般来说比银行高一些,比信用卡低一些;而且你的账户里还必须有所拥有股票市值的 25% (“买长”) 到 30% (“卖短”) 的资金。一旦你的保证金账户里的资金不够时,你的经纪人就会催促你赶紧补钱。

此外,外汇交易的保证金账户的财务杠杆率一般都在 15 倍以上;对冲基金的财务杠杆率通常可以达到 20 倍;“两房”(房利美和房贷美,美国两个最大的房屋抵押贷款公司)的财务杠杆率大约是 30 倍。而轰动世界的雷曼兄弟公司(美国第四大投行)的财务杠杆率高达 33 倍……由此可见他们的经营带有多么大的风险,因此,他们说破产就破产也不是那么难以理解了。而期货的保证金比一般股票的保证金比例还要低得多,只需总值

的 5%~10%。所以期货要么一本万利,要么一溃千里,其获利或亏损的幅度可以高达本金的数千倍!这就可以解释为什么英国的老牌银行——巴林银行会因为一个交易员的“日经期指”操作而倒闭。

在股票和房价疯长时,人们恨不得财务杠杆率能用到上百倍乃至上千倍,因为这样才能获得高回报,真正实现一本万利。然而,现今,由于美国次贷金融危机波及世界,股市下跌,很多人也因过高的财务杠杆率而在一夜之间从腰缠万贯变得不名一文,品尝着财务杠杆带来的苦果。因此,你在决定是否使用财务杠杆的时候,请一定要谨慎考虑。



对冲基金：让你在金融海啸中赚大钱

当美国次贷金融危机像乌云一样笼罩世界,许多投资者都陷入债务的泥潭,经济全面萧条,人们都为经济状况而焦虑的时刻,2009年4月13日,金融杂志 *Alpha* 上报道的一则消息引起了人们的关注:自2007年美国次贷金融危机发生以来,国际著名对冲基金投资者索罗斯总共大赚了27.5亿英镑,位居基金经理年度赚钱排行榜第4名。

在绝大多数人都因财富莫名其妙地蒸发而愁眉不展,无数企业因亏损而倒闭的时候,对冲基金到底有什么不同,竟然能够在经济全面萧条的背景下赚取巨额的利润呢?对冲基金到底是什么?

对冲基金是一种高风险、高收益的投资模式,也被称为套利基金。20世纪50年代初,在美国的投资界,投资经理们的操作宗旨是利用期货、期权等金融衍生产品以及对相关联的不同股票进行实买空卖、风险对冲的操作技巧来赚取利润,采用这样的技巧在一定程度上可以规避和化解投资风险。然而,经过几十年的演变,今天的对冲基金已演变成一种新的投资模式,这种投资模式以最新的投资理论和极其复杂的金融市场操作技巧为基础,充分利用各种金融衍生产品的杠杆效用,以赚取利润。

由于对冲基金可以用“卖空”获得的现金去进行“买空”,因此,它能够操控交易额比自有资本大得多的交易。毫不夸张地说,如果操作得当,有时它甚至可以操控比自有资本大100倍的交易,换句话说,假如它控制的资本上升1%或者它的负债下降1%,那么,它的资本就会增加100%。所以说,对冲基金能够给投资者带来非常高的收益回报。

然而,对冲基金投资模式承担的风险也是非常大的。一旦投资者估计错误、预期与市场变化相反,那么对冲基金的资本就很容易耗尽,最低限度有可能使它丧失买卖能力。

总的来说,对冲基金能够让人“一口吃成胖子”,同时也可以让亿万富翁一夕变成穷光蛋。

对冲基金一般采用合伙人制的组织结构。以资金入伙的基金投资者提供大部分资金但不参与基金的运作管理;以资金和技能入伙的基金管理者负责基金的投资决策。出于对对冲基金高度隐蔽性和灵活性的要求考虑,通常对冲基金的合伙人人数都有一定的限制,人数不宜过多,比如,在美国,一般控制在100人以内,而要求每个合伙人的出资额至少100万美元;在日本,要求对冲基金的合伙人控制在50人以内。此外,为了规避政府法律对公募基金信息披露的严格要求,对冲基金往往多采用私募的形式。

关于对冲基金投资,乔治·索罗斯和朱里安·罗伯逊都是非常著名的人物。乔治·索罗斯的量子基金和朱里安·罗伯逊的老虎基金都曾创造过高达40%~50%的复合年度收益率。乔治·索罗斯非常擅长在经济危机的逆市中赚钱。1969年,他成立了量子基金。在1992年被人称为“黑色星期三”的对冲基金操作项目中,他疯狂地沽空英镑,最终击溃了英伦银行,并在这一役中取得了多达10亿美元的投资收益。

1990年,英国加入了欧洲货币体系的汇率机制ERM(ERM是一套用于统一欧洲货币体系进程中的过渡时期的固定汇率的货币机制)。英国虽然被迫加入了ERM,但是他们非常不喜欢这套制度。一方面,ERM并未像法律上声称的那样各个国家都是平等的,加入国家都向德国中央银行的货币制度看齐;另一方面,英国进入欧洲汇率机制的汇价基础相对较高,而当时英国正处在比较严重的经济衰退之中,因此,英国政府对ERM的支持率越来越低,甚至传出了“英国会退出欧洲汇率机制”的消息,尽管政府官

员们极力否认,但是人们似乎很难相信。

1992年9月,《华尔街日报》刊登了一篇德国中央银行行长文章指出,欧洲货币体制的不稳定只有通过货币贬值才能解决。索罗斯读到这篇文章的时候,马上机敏地意识到英国当局极有可能采取使英镑贬值的政策来应对本国日益高涨的泡沫经济;而德国马克也将不再支持英镑。于是,他旗下的量子基金以5%的保证金方式借贷了大量的英镑,用以购买德国马克。在英镑未贬值、汇率未跌之前用英镑买马克暂时存储,等到英镑汇率暴跌后,只需要用一部分马克即可还掉当初借贷的英镑,而剩下的马克就是纯利润。

在此次行动中,索罗斯的量子基金在英镑贬值前借贷了超过60亿美元的英镑,并将这些英镑全部用来购买马克,英镑贬值后,他将其中一部分马克用以还贷,而剩下的马克总值达15亿美元之多。在短短的一个多月时间里,索罗斯净赚15亿美元,而欧洲各国中央银行却共计损伤了60亿美元,英镑的汇率在1个月内竟然下挫了20%。

由此可见,对冲基金对世界市场蹂躏程度让人惊叹。正是考虑到对冲基金这条金融大鳄的巨大危害性,在G20伦敦金融峰会上,各国达成了打击对冲基金以及避税天堂等投机势力的共识,并且考虑把对冲基金纳入监管范围。由此看来,对冲基金这条金融大鳄能够兴风作浪的日子不能长久下去了。



次贷危机：2008 年金融危机的真实面目

2008 年一场世界性的次贷危机悄然而至，霎时，经济下滑、物价上涨、股市暴跌……一时间，几乎每个人都受到了这场金融危机的波及。那么，到底什么是次贷危机呢？

次贷危机是次级房贷危机的简称，是指起源于美国，由于次级抵押贷款机构破产从而导致投资基金被迫关闭，股市震荡反常，进而使得全球金融市场流动性缺乏，造成世界范围内的金融市场的窘境。

在美国，按揭贷款有三个层次，它们分别是：优质贷款市场、抵押贷款市场和次级贷款市场。优质贷款市场主要是面向信用良好的优质客户（这些客户的信用分数多在 660 分以上）提供传统的 15~30 年固定利率的按揭贷款；次级贷款市场的客户则都是信用不太好（大多数人的信用分数都低于 620 分）、没有收入证明、负债较重的人，次级抵押贷款机构主要向他们提供 3~7 年的短期贷款；而抵押贷款市场也被称为“另类 A 级”抵押贷款市场，主要是提供介乎前两者之间的贷款。

次级贷款市场的客户都是信用状况较差、收入证明缺失、负债较重的人，这些客户可以在没有收入证明的情况下从银行获得贷款。从表面上来看，次级贷款银行似乎是在做善事，让那些低收入的家庭可以在无须提供资金证明的情况下购房买车，过上富足的生活。然而，毕竟一切的商业行为都是以利为最终目的的，因此，银行制订了可调整利率，在还款的头几年里每个月的按揭还款很低而且固定，但是一定时间以后，由于利率的调整，贷款人就会感觉到还贷压力越来越大。当然，这样做银行的利润空间

很大,但同时也承担了极大的风险,因为贷款人并没有收入证明和良好的还贷信誉。

银行将贷款贷给低收入贷款人后,为了将这种无法收回贷款的风险转移、尽快回笼资金,于是便以房产抵押为基础,将这些贷款以高利率的债券的方式转嫁到购买债券的人身上,由于此类次贷债券的利率高于优贷的债券,因此得到了很多国际投资机构,包括投资银行、对冲基金等很多投资机构的青睐。而这些金融机构将次级债再次证券化,设计出次级抵押证券(CDO),卖给全球的保险公司和对冲基金。而保险公司和对冲基金再次将风险通过次级抵押证券转嫁出去。如此一来,次级贷款市场运转正常便成了决定全球金融市场状况的关键。

由于这种贷款风险最初是以房产抵押为基础转嫁出去的,因此,如果房价能够不断上涨,即使有违约现象发生,放贷的机构依然可以将抵押的房子收回再卖出,依然能赚钱。然而,世上只升不降的资产价格是从来不存在的,当经济进入滞胀、通胀泛滥的时候,资产价格下跌就难以避免了。自2006年起,危机发生了。美国楼市开始出现下滑,房价下跌,次级贷款市场首先出现问题。购房者难以出售房子,也无法通过抵押来获得融资。而由于购房者无力偿还贷款,于是银行要将房子再次出售,此时却发现得到的资金根本不足以弥补之前的贷款和利息,甚至连弥补贷款额本身都不行。于是银行便在这个贷款上出现亏损,而这种现象又不只是出现在一两个贷款者身上,适逢美国经济进入滞胀期,许多家庭无法偿还贷款,因此银行收回他们的房产进行拍卖,但是由于房产价格的下跌,贷款银行无法从房产拍卖中收回贷出的款项,从而导致了巨额亏损,而其后购买他们次贷债券的投资银行也无法幸免地出现严重亏损。就这样,这个由金融机构构成的多米诺骨牌一倒俱倒,花旗、美林、瑞银、摩根士丹利等著名投资银行先后出现严重亏损,这场由次贷市场问题而引发的金融危机迅速席卷全球。

由于中国经济和世界经济的紧密联系,次贷危机对中国经济也产生了非常显著的影响。除了由于中国金融机构持有美国次贷金融产品而产生的直接影响外,其间接影响同样不容忽视。

第一,无论是次贷危机的发生使得美国进口需求大幅下降,还是美国政府为了减缓危机对本国经济的冲击而做出的美元大幅贬值,都使得中国出口行业的外部环境严重恶化。统计显示,与2007年同期相比,2008年上半年中国出口的增长速度放缓了5.7个百分点,其中纺织品服装出口增幅下降了11.6个百分点;许多以出口为生的中小企业进入了经营困难期,全国有6.7万家中小企业因此而出现了不同程度的亏损。

第二,美联储进入了降息周期,同时在通胀压力下中国央行不得不实施从紧货币政策,从而吸引了大量的国际热钱流入中国进行套利。大量国际热钱的涌入,一方面导致仅2008年上半年我国外汇储备新增额就达2806亿美元,总额达1.8万亿美元之多,从而强化了人民币升值预期;同时这也加剧了国内流动性泛滥,使得通胀率和资产价格上升。

第三,次贷危机的爆发使得全球投资者不得不重新评估全球范围内的金融产品的价值,进而改变自己的风险偏好。这就增加了金融市场的波动性,造成中国的股市与房地产市场一度波动加大。



通货膨胀：为什么钱越来越不值钱了

近些年,粮价涨了,油价涨了,肉价涨了,房价更是在“涨”……这让日日与柴米油盐打交道的老百姓感到紧张,办公室、菜市场、公交车、网络论坛……关于物价上涨、通货膨胀的讨论随处可见。那么,通货膨胀到底是怎么一回事呢?

其实,通货膨胀就是指货币相对贬值。通俗地说,就是指在短期内,同样多的钱能买到的东西变少了,即钱变得不值钱了。比如半年前,两元钱能买1斤大蒜,现在两元钱却只能买半斤左右的大蒜了。当然,这种现象如果是针对某一项产品,并不能够称作通货膨胀,通货膨胀是指一种普遍现象,也就是说,不单是大蒜涨价了,其他绝大部分商品也涨价了,这才可以断定为通货膨胀。当通货膨胀发生的时候,人们辛辛苦苦赚来的钱买到的东西变少了,因此几乎所有的人都很讨厌通货膨胀。

然而,并非所有的通货膨胀都是不好的,不同种类的通货膨胀会对人们的生活以及社会经济产生不同的影响。一般来说,主要有以下几类:

1. 温和的通货膨胀。这是一种比较稳定的通货膨胀,其通货膨胀率基本保持在2%~3%,最多不超过5%。如果每年的物价上涨率在2.5%以下,一般不能说发生了通货膨胀;当物价上涨率达到2.5%时,被称作不知不觉的通货膨胀。

一些经济学家认为,温和的通货膨胀能够在一定程度上刺激经济的增长。因为物价的温和上涨不仅不会引起社会太大的动乱,而且能够提高物价,从而提高厂商的利润,这样就能调动起厂商投资的积极性,进而促进经

济发展。因此,很多时候,政府都会采用“润滑油政策”,人为地提高物价,来刺激经济的发展。

2. 快速的通货膨胀。当通货膨胀率达到两位数以上的时候,就属于快速的通货膨胀了。一般来说,这种通货膨胀是不稳定的、恶性的、加速的,会动摇人们对货币的信心,导致经济社会产生动荡,是一种较危险的通货膨胀。

3. 恶性的通货膨胀。恶性的通货膨胀的物价上涨率往往可以达到三位数字以上,是极度的、超速的通货膨胀。当这种通货膨胀发生的时候,物价完全失去控制、持续飞速上涨,货币大幅度贬值。在这种情况下,整个社会金融体系也陷入一片混乱中,社会经济关系无法维持正常,严重时可能导致社会崩溃,政府垮台。

当然这种通货膨胀是极为少见的,往往只在战争或社会大动乱之后才会发生。例如:1923年,第一次世界大战结束后,德国的物价在一个月內上涨了2500%,货币值下降到战前价值的一万亿分之一。

4. 隐蔽的通货膨胀,又称为受抑制的(抑制型的)通货膨胀。当社会经济中存在通货膨胀的压力或潜在的价格上升危机时,由于政府实施了严格的价格管制政策,使得通货膨胀并没有真正地发生,始终处于一种潜伏状态,然而,一旦政府解除或放松价格管制措施,通货膨胀就会发生。

对于普通人而言,是无法控制通货膨胀的发生与否的,关键是如何针对不同情况的通货膨胀采取不同的应对方式,以减少压力和损失。

第一,当然是努力工作,开源节流,多赚钱、少花钱,以减轻通货膨胀所带来的经济压力。

第二,可以通过合理的投资理财来抵消通货膨胀对财产的侵蚀。不过,这需要有针对性地选择投资理财工具。

在2%~5%温和的通货膨胀情况下,经济处于最健康的时期,利率通常不高。这时,购买大量的生活用品或将金钱转换成黄金储备都是不明智的,

应当将你的资金投放到市场上,无论是投资到股市、房产市场,还是做实业投资都是很不错的选择,总之先让它运作起来,分享经济增长的成果,就能让自己的财产像滚雪球一样越滚越大、越投资越多。

当通货膨胀达到5%~10%的时候,一般来说这时的经济处于繁荣的巅峰阶段,股市和房地产市场高涨。为了防止经济过热,政府往往会出台一些调控手段,但是却很容易被市场上投资者的热情所淹没、收不到什么效果。因此,这时,对于理性的投资者来说,无论是对股市,还是对房产的投资,都应该小心了。

在更高的通货膨胀情况下,经济明显已经过热,这时,严厉的政府调控政策会相继出台,但是经济软着陆的机会不大,在其后往往伴随着一段时间的经济衰退。因此,这时就一定不要继续留在股市了。而房产作为实物资产问题不大,在某种程度上说还能够对抗通货膨胀,但要注意的是,不要贷款买房,因为此时的财务成本很高;更不要炒房,因为接踵而至的经济衰退期会使得房产市场不容乐观。相反,由于利率在此时会达到高位,诸如长期债券、储蓄型保险等长期固定收益投资也就成为一个很不错的选择。

当遇到恶性的通货膨胀时,最好的方法就是以最快的速度将自己的全部财产兑换成不受恶性通货膨胀波及的国家的货币。如果财产转移已经来不及或者不可能转移出去,那么也应该尽可能将财产换成黄金、收藏等保值物品,进行储存,以减少损失。

通过了解通货膨胀的程度,我们可以知道经济发展的状况,从而制订出合适的投资理财计划,使得自己的经济状况良好。



就业问题：失业有多可怕

一个人如果失业的话,在某种程度上来说也就失去了经济来源,很有可能无法在社会上生存。因此,就业从来就是一个沉重而又让人敏感的话题。

就业问题不仅和每一个人的切身利益休戚相关,而且还牵扯着整个社会的安定团结。所以,无论是经济学家还是企业决策层,无论是发达国家还是发展中国家,无论是平民百姓还是达官显贵,都非常关注社会的就业问题。尤其是从20世纪90年代开始,随着经济全球化速度的加快,经济结构调整进入了新一轮,结构性失业和摩擦性失业的人数也大量增加,就业成了许多国家的一个严峻的问题。在我国,随着改革进一步深入展开,就业问题已不单是经济问题,更是不容回避的社会问题。

在经济学范畴中,失业是指,一个人有能力并且愿意为获取报酬而工作,但却未能得到工作岗位的情况。失业率是失业人数占总人口的比例,是用来衡量闲置中的劳动产能的,其计算公式为:失业率(%)=(失业人口÷劳动人口)×100%。

失业率的高低在很大程度上反映了经济状况。当失业率一直居高不下时,很难说这样的经济状况是良好的、正常的。失业率过高往往代表着资源没有得到充分的分配和利用,这样的经济发展是完全具有改进空间的。同时,失业率过高会导致没有稳定的生活保障的人数过多,从而威胁到社会的安定。

通过关注失业的高低和造成原因,能够在一定程度上洞察潜在的经济

社会问题。一般来说,失业的结构与变动情况是观察重点,主要有以下几个方面:

1. 摩擦性失业:摩擦性失业是指人们在寻找工作或转换工作过程中的失业现象。现实中,人们通常不可能一次就找到自己满意、并且愿意终身从事的职业,在找到这样一份工作之前,往往会频繁地更换工作;而由于居住地的变更而要更换工作的情况也不在少数。在工作变更过程中出现的失业情况就属于摩擦性失业。摩擦性失业现象往往会导致求职者找不到满意的工作,用人单位也缺乏自己需要的人才,造成就业难和招工难并存的现象。现在好多大学生毕业都觉得工作不好找,而另一方面用人单位又大呼缺人,就属于这种情况。那么,如何才能降低这种失业率呢?增加职业训练计划,提高就业信息透明度,都能使失业者确实掌握就业机会,从而在很大程度上降低摩擦性失业率。

2. 结构性失业:结构性失业是指由于市场竞争、市场结构改变,或者生产技术改变而造成的失业。比如,由于经济的发展,IT行业的高端人才紧缺,而炼钢工人却因为钢铁业的不景气而面临失业;同样,在我国东部沿海的经济特区许多职位都虚位待人,而在老工业区的许多工人却正在因下岗而发愁。这些都是因为经济的结构性调整而造成的失业。

与摩擦性失业相比,结构性失业的周期往往要长很多,失业者往往要忍受长时间的失业痛苦,才能够重新找到工作,比如钢铁工人很难在短时间之内将自己培养成为炙手可热的IT专业人士,而从老工业区举家迁移到经济特区也是不可能在短时间内完成的。

3. 季节性失业:季节性失业是指由于某些行业的生产受到气候、社会风俗、消费者购买习惯等因素的影响,从而导致该行业对劳动力的需求出现季节性的波动而形成的失业。例如,生产冷饮的工厂在夏季的时候由于销量大往往会大量扩招,而冬季的时候,由于产品进入销售淡季,也就不需要太多的劳动力来进行生产了,于是开始裁减员工,这样就造成了工人的季节

性失业。

4. 周期性失业：周期性失业是指由于整个经济周期波动造成劳动力市场上供大于求的情况，从而使许多劳动力闲置，产生失业。周期性失业通常在经济周期的萧条阶段才会出现。当经济处于繁荣和复苏期的时候，各个用人单位都争先扩充生产，对劳动力的需求就大，失业率自然就低；当经济处于衰退和低谷阶段的时候，各厂商不看好投资前景，因此纷纷压缩生产，大量裁减雇员，这样失业的人也就相对增多。

周期性失业往往不会只发生在某一个人身上，一旦发生往往就会有数目惊人的失业大军出现。

失业是一种非常普遍的社会现象，不管是在哪个国家，不管经济有多么发达，都会有失业者存在。大多数人都认为失业是一种不好的现象。但西方经济学家却指出，比率合理的失业现象是促进社会发展所必需的条件之一。比如在我国，大学生摩擦性失业的现象比较严重，但是却能够促进人才的流通，使得人力资源的配置实现最优，进而对经济的发展产生积极的影响。同样，结构性失业虽然说周期相对要长，却能够促使人才自动更新优化，从而使人力资源得到整体优化。

因此说，失业是一种正常的经济社会现象，人们实在没有必要闻之而色变，怕它是没有用的，唯有通过扩大自己所掌握的就业信息量、提高自己的职业素质、不断学习进步等方式才能避免失业带来的痛苦。



经济滞胀：经济学家的心腹之患

让经济学家头痛的事情有很多,但最让经济学家头痛的,恐怕要算是滞胀了。滞胀会给宏观经济带来巨大的负面影响,因此,一旦滞胀发生,几乎所有的人都希望经济学家能够想办法来缓解、甚至消除,但是经济学家不是万能的神,很多时候,经济学家也束手无策,因此,经济滞胀一直是经济学家的心腹之患。

那么到底什么是滞胀呢?其实,滞胀是停滞性通货膨胀的简称,是指经济停滞与高通货膨胀、失业以及不景气同时存在的经济现象,简单地说,就是指物价不断上升,但经济却停滞不前,是通货膨胀长期发展的产物。

按照经济学一般原理,当经济减缓、市场萧条的时候,通货膨胀一般不会“现身”。而当经济呈现滞胀状态时,在同一时期里则会出现诸多不同的经济现象。

我们知道,经济停滞、失业和通货膨胀这三种经济现象,在资本主义发展的过程中是经常出现的,不过它们往往是在经济周期发展的不同阶段出现的,而不会同时发生。

然而,20世纪70年代,美国却发生了生产停滞(或低速增长)、失业增加和物价暴涨并存的怪现象,也就是我们所说的“滞胀”。

相比经济萧条和经济过热,经济滞胀更加难以应对。出现滞胀现象后,美国政府在经济决策时一度陷入进退两难的境地:为了缓解通货膨胀,

势必要提高利率,但利率的提高又会导致生产停滞、失业增加;要医治生产停滞和失业现象,则需要降低利率,但这样又会导致通货膨胀进一步加剧。这种棘手的滞胀现象使得美国经济在很长时间内都处于衰退中。即使到了 20 世纪 80 年代初,美国经济仍然未能摆脱滞胀的困扰。

其实,滞胀现象的发生是有其必然性的,主要有以下几个原因:

1. 第二次世界大战后,资本主义国家大力推行扩张性政策,这种政策虽然很快地使经济繁荣起来,但从长期来看,导致了生产过剩的发生,而生产过剩必然要引发经济危机。

2. 20 世纪 70 年代,世界粮食产量持续不足,从而使得国际市场上,粮食价格大幅度上涨,这在一定程度上推动了美国居民生活消费价格上涨,进而引发了通货膨胀。

3. 两次石油危机的爆发造成美国的经济衰退,石油危机导致其价格上涨,从而使得美国政府和居民对石油消费开支增加,而其他方面的消费支出就不得不相对减少了。

4. 固定投资成本的增加,造成了美国的固定投资增速的减缓,甚至下降。

在这几方面原因的共同作用下,美国国内产品需求的相对减少,生产总值实际增速的下降甚至是负增长,也就在所难免了。

2000 年以来,全球石油和粮食价格的飙升,使得滞胀阴影再次袭来。对世界经济的前景,人们充满了担忧。同样,对中国经济的未来,许多人也充满了疑虑。

考虑到现在外需趋冷、内需紧缩过度的现状,加上中国股市下跌,房地产市场降温,许多人都担忧中国经济增长速度是否会下滑,是否会出现与日本当年泡沫经济破灭以后的经济停滞类似的局面。一些人士甚至预言:当世界经济面临滞胀的威胁时,中国经济也难以幸免于滞胀的影响。

迄今为止,经济学家们仍然没有找到一个有效而没有副作用的办法来缓解滞胀。无疑,经济滞胀是一个十分复杂而又棘手的问题。

美国著名经济学家保罗·萨缪尔森曾在他的著作《经济学》中写道:“充分就业与合理的价格稳定之间是否存在一种根本性的两难选择?是否想要提供给所有人良好的职业前景,就不得不以爬行的通货膨胀、甚至是以以前所未有的高速奔腾向上的通货膨胀为代价?”的确,“鱼”与“熊掌”,我们都想要,但是要兼得又谈何容易呢?



泡沫经济：破碎前的美丽

玩过肥皂泡的人都很难不被它的七彩绚烂吸引,然而这样美丽光鲜的肥皂泡却极易破灭。在经济领域,有一种与肥皂泡非常类似的经济现象——泡沫经济,是指一种或者一系列资产在经历一个连续的涨价过程后,其市场价格远远高于实际价值的经济现象。它往往是由虚假的高额赢利的预期投机带动起来的,而非实际经济增长的结果。

泡沫经济的产生和形成给国民经济造成了总量虚假增长的表象,从而导致经济结构扭曲。在其形成过程中,最初的价格上升会使众人认为该资产还会继续涨价,因此,会有越来越多的买主前来购买,而这些接踵而至的买主一般只是希望从以后价格上涨中谋取利润,对这些资产本身的状况和赢利能力并不在意。一旦这些行为普遍开来,社会资产所表现的账面价值便会远远高于其实际价值,于是,泡沫经济就形成了。

泡沫经济通常是通过股票市场和房地产市场反映出来,它的形成必然会对经济发展产生极大的危害。需要指出的是,泡沫经济不可能永久持续,它迟早都会迎来破灭的一天。而它一旦破灭,就势必会导致在泡沫形成过程中发生的债权债务关系混乱难理,从而导致信用危机的产生,进而危害到国民经济的运行。

谈到泡沫经济,很容易让人想起 400 年前,西欧出现的“郁金香事件”,这是泡沫经济第一次在人类历史上粉墨登场。

当时,郁金香从土耳其传入了西欧,善于花种开发的荷兰人很快就栽

培出了更加美丽的变种郁金香。几乎是在一夜之间,这种稀有而美丽的郁金香球茎成了炙手可热的商品,价格也是一涨再涨。

看到这种情况,在利益的驱使下,许多人开始参与进来,将这种无比美丽的花朵作为自己投机的对象。

当然,也的确有许多人因此而一夜暴富。

渐渐地,现货交易已经不能满足人们的需要,于是,开始出现了期货交易。那些投资者个个都一边做着成为百万富翁的美梦,一边等待着,甚至有许多人为了这个华丽的美梦而借了高利贷,打算放手一搏。

然而,这种市场价格严重背离其实际价格的现象是不正常的。

1637年2月4日,泡沫经济的可怕性终于体现出来,郁金香一夜之间由天使变成了魔鬼。

这一天,那些等着将郁金香出手以获得暴利的人震惊地发现,郁金香的价格竟然下降了那么多,甚至比他们的本钱还要低很多。整个郁金香市场几乎在转眼之间就迅速崩溃了,那些欠着高额债务的人因手中积压的郁金香变得一文不值而负债累累。

一时之间,许多人因绝望而自杀,社会陷入动荡不安中,荷兰也陷入了经济危机之中。

“郁金香事件”之后,人类经济史上的泡沫经济事件便接二连三地发生,频频不断。规模最大的“肥皂泡沫”要数开始于20世纪80年代日本的那次了。

20世纪80年代,日本这个巨大的经济体曾经一度呈现出无比繁荣、景气的样子。

东京的出租车司机一年收入可以达到1000万日元,在街头,常常有人甩出大把钞票。

而当时的大学生们,往往还没有毕业、未正式投入到公司的的工作中,就

已经开始享受公司所提供的种种福利待遇,例如去风光旖旎的夏威夷度假等,而公司之所以这样做完全是为了留住人才。

同时,楼市和股市也呈现出前所未有的繁荣,全球最繁华的商业街之一的东京银座,在1989年泡沫经济的最高峰时,其地产曾达到了1.2亿日元/坪(合3.3平方米)的天价。

其实从1985年起,房产市场的泡沫就已经初见端倪了,东京、大阪、名古屋、京都、横滨和神户六大城市每年的房价都以两位数以上的百分比速度上升。到1990年的时候,地价已经上涨到1983年的2.5倍之多。

而在股市上,因为有超过100%的投资回报率作为引诱,以务实著称的日本人也开始对投机、股票乐此不疲,几乎有超过半数的国民购买了股票。除了房地产,人们纷纷将积蓄投入到股市中,而日本股市的市盈率也的确可观,曾高达80倍,而当时即使在美国、英国这样的强国,市盈率也仅为25~30倍。

在“楼市不倒”和“股市不倒”的神话里,当日本举国还沉浸在这种欢腾中的时候,1990年,股市交易第一天开始,股价便以令人瞠目结舌的速度下降,日本股市进入了为期十多年的熊市中。

同年9月,有关土地问题的特别节目连续在日本NHK电视台播出,主张进行土地税制改革、下调地价,限制房地产恶性炒作。以此为转折点,日本的地产业进入了第二次世界大战以后的跌落期。

到1990年中期,房产已经贬值80%,花5亿日元购买的一套房子跌落到1亿日元,即使如此,大批的土地和房屋还是卖不出去。

到2005年的时候,日本全国的平均地价已经连续下跌14年。

日本泡沫经济的破灭使得股价、地价大幅下跌,长期处于低迷之中;欠息欠账等不良债务大幅增加;企业风险投资的热情大减。同时,对经济以外的方面也带来了严重的负面影响。政局动荡、犯罪率上升、自杀率大幅

提高,以东京地铁的 JR 中央线为例,在泡沫经济覆灭后,这里一度成为破产者自杀的热门地点,为此,地铁站不得不安装屏蔽门加以防范。

由于泡沫经济会带来巨大危害,世界各国,包括经济正在腾飞的中国,都在研究它,探究它的深层机制,采取各种各样的措施,希望能够预防或者降低它造成的不利影响。

泡沫经济已经引起了人们的普遍关注,至于如何才能有效地抑制它,仍然需要人们的进一步努力。



节俭悖论：节俭导致贫穷

18 世纪,荷兰的曼德维尔博士在《蜜蜂的寓言》中讲过这样一个有趣的故事:

一群蜜蜂为了追求豪华的生活,崇尚节俭,结果这个蜜蜂群体反而更加衰败;后来,这群蜜蜂大肆挥霍,反而使蜂群很快兴旺发达起来。

经济学中把这群蜜蜂碰到的情况叫做“节俭悖论”。挥霍使得整个社会繁荣,而节俭反而使得整个社会衰败,许多经济学家也为这种奇怪的现象而感到十分困惑,但经济学家凯恩斯却独具慧眼地看到了刺激消费和增加总需求对经济发展的积极作用,从而对“节俭悖论”做了详尽的论证。

凯恩斯作为 20 世纪最有影响的经济学家,一生对经济学做出了极大贡献,因此被誉为资本主义的“救星”、“战后繁荣之父”。那么,这样一位了不起的经济学家,是如何解读“节俭悖论”的呢?

生活中,几乎每个人都说节俭是一种美德,是最常用的一种个人财富积累的方式。对于家庭而言,如果能勤俭持家、减少浪费、增加储蓄,那么这个家庭一般都可以致富。

但是,根据凯恩斯所提出的总需求决定国民收入的理论:公众越节俭,越倾向于储蓄,那么产品需求就越少,社会总消费量就越低,这样就往往会社会收入的减少。由此可见,节俭对于整个社会的经济增长来说并没有什么好处。

储蓄和消费是人们的收入的两种主要用途,而消费与储蓄成反方向变动,也就是说,一个人消费得越多,那么他储蓄就会越少;消费得越少,储蓄就会越多。而人们的消费量决定了需求量,从而也就决定了国民收入的多少。

因此,个人储蓄与国民收入成反比变动,储蓄增加,国民收入就减少;储蓄减少,国民收入反而增加。也就是说,减少消费、增加储蓄会导致社会总收入的减少,从而使得国民收入减少,导致社会经济萧条;反之,则能够促进社会繁荣。

由此我们可以得出一个蕴涵逻辑矛盾的推论:

个人的节俭能够增加储蓄、积累个人财富,对个人来说是件好事;但是对于整个社会而言,国民个人的节俭会减少国民收入、引起经济萧条,是件坏事。

节俭减少了商品市场上的需求量,这样厂家就不得不削减产量,解雇工人,而个人的收入也就相应地减少了,收入减少,储蓄也自然会减少。

可见,从长期来看,储蓄对于个人致富也是具有一定程度的不利影响的。而在资源没有得到充分运用、经济尚有潜在产出能力的时候,只有每一个社会成员都尽可能多地消费,整个社会经济才能走出萧条,才能迈向更加充分就业、经济繁荣的阶段,而个人也才具有更大的致富空间。

此外,凯恩斯还指出,需求增加所带来的国内生产总值(GDP)的增加一定大于原来需求的增加。

也就是说,如果需求增加了1亿元,那么,由于各种商品之间所具有的互补性,以及国民经济各部门之间的相关性,它所带来的GDP的增幅一定大于1亿元。比如,有人花1亿元购买了一栋豪华别墅,使得GDP增加了1亿元。

然而,一方面,别墅需要装修,需要置办各种家居用品,还需要购买汽

车,而购买汽车又需要消费汽油、办理保险等,这样又增加了支出。另一方面,用于买别墅的1亿元带动了建筑、装修等行业,使得这些行业的工作人员的收入增加;收入增加了,他们的消费量自然就有所增加。再则,建筑、装修行业的发展还会带动起钢材、水泥、机械等行业的发展。这样一轮一轮带动之下,由1亿元买别墅所带来的整个社会经济GDP的增加就远远超过了够买别墅的1亿元。

很明显,消费对整个社会经济的发展符合“乘数效应”。

在这个过程中,社会整体的经济水平提高了,所有的个人:无论是股东、高层管理人士,还是管理和技术人员等这些中等收入者,还是靠劳力生活的低收入的工人都有所受益。

当然,这并不是说,节俭有罪、消费有理。任何的定论都是有其前提的。

时下,都市出现了一群独特的群体——月光族,他们有着不菲的薪水,但是却几乎没有存款,他们把每个月的薪水都用于购买服饰、化妆品,去餐馆、酒吧消费,去旅游等,月底就开始掰着手指过日子,等待下个月发薪日子的到来。

这些人都抱着“钱就是用来花的”心态,周期性地经历着从富有到赤贫的过程。

这种消费是一种时尚,同时也是一种盲目,因为存款几乎为零的状况会在万一碰上需要用钱的急事时使他们迅速陷入困境,而我国目前的社会保障体制尚不完善,因此这样的困境更多还是要靠自己来解决,这种情况下,适当的节俭就是值得提倡的。

再比如中国现在仍有一部分人还在贫困边缘挣扎,倘若平时不节俭,怎么有能力供养孩子读书?又怎么有能力应对意想不到的疾病?

由此可见,对于生产力水平较低、经济相对落后的国家而言,迫切需要积累资金(资本),这样就要大力提倡节俭,鼓励储蓄,通过降低利率而增

加厂商对资金的需求,总支出不一定会下降。

另外,要解决“节俭悖论”,关键是要让那些闲置的储蓄资金流动起来,比如用来投资,以扩大和提高生产能力。

总之,无论是国家,还是个人,都要明白,节俭与消费并不冲突,该节俭时一定不能盲目消费,该消费时也不可一味节俭。

正所谓:“会花钱才会挣钱。”“财富是靠挣的,而不是靠省的。”根据实际情况,合理消费,以避免陷入节俭悖论的怪圈。



人民币升值：货币升值是把双刃剑

自 2005 年 7 月汇改以来,人民币兑美元始终保持升值态势。2008 年 4 月 10 日,美元兑人民币的汇率首次低于 7。从此,人民币升值问题已经不再仅仅是经济学家关注的问题,老百姓也开始参与到人民币升值问题的热议中来。

对于人民币的升值,存在两种观点,一种观点认为人民币升值是好事,人民币升值了,老百姓手中的钱值钱了,那么出国旅游、买美国汽车、瑞士表等原装进口产品,花的钱就少了,而国内企业到国外吞并企业的成本也降低了,怎么看,人民币升值都是一件好事。另一种观点认为人民币升值是坏事,美国不是傻瓜,如果人民币升值对中国有利而对美国无利,它怎么会花大力气迫使人民币升值呢?

那么,人民币升值到底是好事还是坏事呢? 其实,从当初日元相对美元的升值之中,我们就能够看出一些端倪来。

1985 年,在纽约广场饭店举行的会议中,美、英、法、前联邦德国联手迫使日本签下了著名的《广场协议》,使得美元兑日元从 1 美元兑 250 日元在 3 个月之内快速下降到 1 美元兑 200 日元,其跌幅达到 20% 之多。到 1987 年,日元升值达到最高时,1 美元只能兑 120 日元。在不到三年的时间里,日元竟然升值了一倍之多。

许多日本人以为自己因此而变成了富翁,在一段时间内确实过上了富裕的生活,然而,同时,日本的经济也因此而遭受了严重的打击,以致 20 年

后仍然没有缓过劲来!

由此可以推出,人民币升值也是一把双刃剑。其中,好处是显而易见的。对于富人来说,以前 8.5 元人民币换 1 美元,现在不到 7 元人民币就能换到 1 美元了,因此,出国旅游、到国外购置产业都更加廉价了。然而,对于那些依靠有限的工资生活的老百姓来说却是弊大于利。

第一,在国内,商品不会因为人民币升值而降价,一瓶矿泉水不会因为人民币升值而从 1.5 元变为 1 元,相反由于大量热钱涌入中国反而使得物价上涨,这方面房价就是很好的事实证明。

第二,人民币升值会使得中国的就业机会大幅减少,人民币升值,使得到中国办厂的外国企业的人力资源成本大幅提高,他们无法再享受到低价的劳动力资源,这样他们就会撤资,去寻找更低廉的劳动力,而他们的撤资势必会导致中国就业机会的减少。

第三,人民币升值不利于中国产品的出口,人民币升值了,原来 1 美元能够从中国买到 8 元人民币的物品,而现在却只能买到 7 元人民币的物品,也就是说,中国的物品变贵了,那么,外国人自然就不愿意再买了,这样就使得中国商品在国际市场上的占有率下降了,出口量肯定也就减少了,而国内主要从事出口贸易的企业也就更加困难了。

总体来说,人民币升值有利有弊,是大势所趋,但是,对中国到底是利是弊,关键还是看如何升、升到什么程度,推动人民币升值的途径正常、升得恰到好处,那么人民币升值对我国有利;如果促使人民币升值的因素不正常、升得程度不当,对我国有害。

人民币升值,是一把双刃剑,作为老百姓,应该如何应对这个大势呢?具体地说,普通大众可以从以下几个方面进行努力:

1. 调整储蓄结构。增加人民币的储蓄量,减少美元的储蓄量。目前,人民币、日元、韩元和新元是亚洲的四大流通货币,而人民币更是亚洲的主

体流通货币,它占 40% 以上的流通量,同时,也拥有很大的升值空间。

2. 调整投资结构。由于人民币的升值,依靠储蓄来保值和增值财富具有很大的风险性,因此,可以考虑拿出一部分人民币置办诸如山林、土地、房产等不动产,通过实物保值来减小储蓄保值的风险。

3. 调整消费结构。人民币升值以后,人民币在国际市场上的购买能力会大大增强,因此,调整自己的消费结构,多消费进口产品,进行境外购物消费也是不错的方法。



负利率：存钱就是赔钱

所谓负利率是指银行利率减去通货膨胀率后为负值的情况。在这种情况下,人们存进银行的钱往往会无声无息地蒸发掉。

当人们把钱存入银行,银行都会给出一些利息作为回报,但是由于通货膨胀的存在,等到你把存款取出来的时候它能购买的东西往往要比你存进银行之前能购买的东西要少,而这样的结果就是因为,银行利率低于通货膨胀率,也就是负利率。

一般来说,人们将钱存进银行,那么存款的实际收益等于利率(明赚)减去通货膨胀率(暗亏)。

比如,2008年上半年,整存整取的半年期定期存款利率是3.78%,而2008年上半年的通货膨胀率为7.9%。那么,如果你将10000元存入银行,等到存款到期后,你可以获得 $[(10000 \times 3.78\%) - (10000 \times 3.78\%) \times 5\%]$ 元,即359.1元;而你所存的10000元贬值额为 $10000 \times 7.9\%$ 元,即790元。这样,实际收益 $=359.1 - 790 = -430.9$ 元,也就是说,你选择存钱,却反而损失了430.9元。

负利率一旦出现,就意味着由于物价上涨,货币的购买能力下降。即使银行给出了一定的利息,但这并不足以抵消掉物价上涨所带来的财产损失。简单地说,就是存在银行里的钱悄悄地缩水了。

在现实中,无论是理论推断还是现实感受都将负利率课题摆在了大众的面前,但由于根深蒂固的“储蓄情结”,即使存钱即意味着财产缩水,中国老百姓仍在“坚守”储蓄阵地。银行储蓄一向被认为是人们理财最保险、

最稳健的工具,但也必须看到储蓄的劣势,从长期来看,储蓄的收益率难以战胜通货膨胀,会导致财富的蒸发,尤其是在经济陷入危机时,高度通货膨胀会使负利率更加剧烈。

随着负利率时代的来临,传统地将钱放在银行里的理财方式已经不合时宜。那么对于普通百姓而言,应该怎样才能抵御负利率带来的不利影响呢?

1. 将财产实物化。由于负利率的出现,像现金、银行存款、债券等以货币形式存在的财富的实际价值往往都会降低;而诸如房产、贵金属、珠宝、艺术品等以实物形式存在的财富不但不会因通货膨胀而贬值,反而会获得价格的快速上升。

因此,采用将现金变为实物的方法,能够帮助人们有效抵御负利率带来的财富蒸发。

2. 投资。进行投资,比如投资基金、股票、合伙做生意等,能够使有限的财富参与到经济循环中去,从而化死钱为活钱,有效抵御负利率的不利影响。

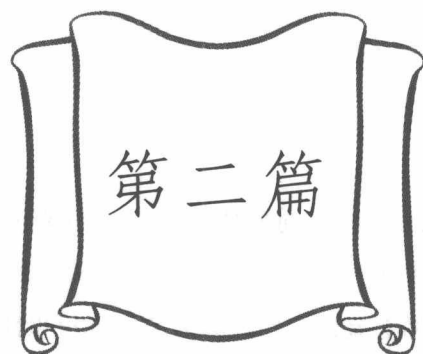
当然,在投资的过程中,必须要有理性的头脑,不能只看到利益,同时还要看到风险,逐利的同时也要注意规避风险。

3. 开源节流,做好规划。在物价不断上涨的今天,如何将每一分收入都用在该用的地方显得尤为重要。每月收入多少、开支多少、节余多少等,哪些开支是必要的、哪些开支是次要的、哪些开支是可缓的、哪些开支是可以裁减掉的,对于这些都要做到心中有数。

4. 做好家庭风险管理。所谓“天有不测风云,人有旦夕祸福”,谁都难以预测未来会发生什么事情,对于个人如此,对于一个家庭亦如此。因此,我们要将家庭的年收入进行财务分配,将其中一部分资金作为应对种种不可预知事件的开支。

家庭风险管理中最常见的形式是保险,买保险可谓是未雨绸缪,其保障功能可以使人自身和已有财产得到充分保护。一旦家庭因发生某种事故而陷入资产入不敷出的窘境,保险的作用便体现出来了,它可以缓解意外收支失衡对家庭的冲击力。尽管没有人愿意发生意外,但是却又没有人能够保证不会发生意外,所以对于一个家庭而言,该买的保险一定要买,不可为了省钱而将其忽视。

总之,负利率的时代一旦来临,就要想办法避免自己的财富缩水,我们要积极行动起来,拓宽理财思路,选择最适合自己的理财计划,让“钱生钱”才是聪明人的选择。



与居民口袋和福利 休戚相关的经济学





CPI：消费者物价指数

自从2007年开始，CPI如同野马脱缰一般，狂奔上涨（2007年2月为2.70%，而2008年2月达到8.70%），让几乎所有的人尤其是我们普通百姓目瞪口呆。从此，在网上流传一句经典名言：“你可以跑不赢刘翔，但必须跑赢CPI。”的确，CPI连续不断地数值升高，已经成为街头巷尾人们热议的一个话题，人们日常生活的方方面面越来越多地被其牵动着，人民币升值，粮价上涨，肉价上涨，油价上涨，房价上涨，所有的一切都在上涨！人们非常明显地感到自己拥有的财富在缩水。

事实也是如此，你个人可以不喜欢运动，但是你的财富却是一直在赛跑，这是一场“马拉松”，是一场长达几十年的长跑，不管你愿不愿意参加，这场比赛悄无声息地在你身边上演，而你的对手就是CPI，你无力反抗。

CPI全称是Consumer Price Index，中文意思是：消费者物价指数。是根据居民生活相关商品及人们的劳动力价格所统计出来的一个指标。其作用是针对通货膨胀水平的一个定量的体现。简单地说，现在我们衣食住行相关的一些物品，价格很多都在涨，那到底涨了多少呢？这就需要统一标尺来衡量，这个标尺就是CPI。

CPI作为一个固定的价格指数，它反映的不仅是商品质量的改进或者下降，甚至对于新产品也不加考虑，它所考量的仅仅是和居民生活相关的一些商品及劳务价格。

当CPI的升幅过大，则表明居民生活成本相对变高，但是如果你的收入没有增加，那么相对于社会环境来说你的收入其实是降低了。这里举一

个简单的例子:去年你的100元没有花掉,而今年的CPI上升了6%,那么你现在的这100元其实只能买到等同去年94元的商品及劳务服务。

因此CPI的上涨,通俗的说法就是“涨价”,是不受欢迎的。如果CPI升幅过大,就是通货膨胀,这会造成国民经济的不稳定。

CPI的变化会对很多方面产生影响,例如股市。CPI增幅过大,将会导致通货膨胀,而央行会抑制通胀,采取加息等紧缩的策略,从而导致股市流动资金减少,股票的买盘减小。由于供求关系,股票买盘小其价格就会下跌。反之,如果CPI降低,则股市就会走热,股票上涨。

CPI是一个非常重要的经济指标。虽然,CPI计算体系是在1993年确立的,可是一直以来,人们都不够重视。在2007年初,中国人民银行设定了CPI目标的底线:3%。这一底线,也被称为是央行加息的“警戒线”。但2007年5月开始,这条所谓的警戒线,却被轻而易举地跃过了。

2007年5月,CPI的增速首次越线,达到了3.4%,6月则再创新高,达到4.4%。到了8月,则已是“连升三级”,增速高达6.5%。同年8月8日,为了保住警戒线央行甚至发出了“防止物价全面上涨”的警告,但是,收效欠佳,CPI仅仅只稍微放慢了脚步,仅在9月降到6.2%。随后的涨势并未缓住,直到2008年2月份高达8.7%。

CPI的上涨持续,给人们带来了很大的压力。人们所感到的压力还并不仅在于日常消费品的本身,更在于货币贬值的加速和资产价格的持续上升。医疗、教育、生活等各种价格的高涨,使人们的实际收入迅速降低,CPI的高涨,同时也使大家存在银行的那点“养老钱”开始迅速贬值。

那么,普通大众应该怎样在和CPI的赛跑中获胜呢?理财是一个不错的选择。一般来说,人的一生可划分为4个时期,在不同的时期需要采用不同的应对策略。

1. 单身期。这指的是刚工作还未组建家庭的年轻时期。处在这个阶段的人薪金是其主要收入,且数额也比较小,不少人还会入不敷出,但也不

能因此就拒绝理财。即使你每月投入 100 元,也可以做基金的定投。虽然净资产值相对较小,但若能坚持长期投资,赢利能力还是相当可观的。

例如:从 2000 年 8 月上证基金指数推出到 2008 年 1 月底,如果每月以这个指数为标准进行基金定投的话,年均收益率在 30% 以上,这是远远超过 CPI 的。

2. 养育期。这时期指的主要是从结婚生孩子到小孩成年的一段时期。这也是人生最重要的一个时期。这期间一般收入丰厚且稳定,但经济负担也最重,这是保险需求的高峰期,而且需要购买房屋或者偿还贷款,所以可以投资的钱其实并不多。

处于这一阶段的人除了延续单身时期的基金定投,增加家庭保险的保障也是必不可少的,这时候按照个人对于风险承受的不同能力,应该尝试不同投资比例的债券型基金。在选择银行理财产品方面也可以尝试本金安全、收益浮动的产品。

一般来说,浮动收益型这一类的产品风险稍大于固定收益型,而这类产品的潜在收益也相对较高。另外可根据每个家庭的实际情况,适当选择尝试股票、黄金或者外汇买卖等理财方式。

3. 稳定期。这一阶段是指从孩子成年后再到退休的一段时间,是人生最稳定的一个阶段。这阶段的家庭成员是由收入较为稳定的中年夫妻和成年子女构成,家庭成员的收入同时达到巅峰期,且生活支出逐渐开始降低,这个时期是家庭理财的黄金期。开始产生理财收入,积累家庭资产,为未来的退休提供生活保障。

理财师可以在这个时候参与帮助,建立具有中等风险、长期性、多元化的投资组合。此时的基金、新股产品及银行理财产品都是很不错的选择。当然,最基本的还要买足终身寿险和年金保险,定期的投资黄金和住宅之外的不动产是不变的主题。其中贯穿一生的基金定投也是不可或缺的。

4. 退休期。这一时期的家庭成员多为老人组成,其收入减少,且因为

健康等原因造成必要潜在支出增加。其生活收入全部依靠社会保障收入（退休金收入）及理财收入。

处于这个阶段的人群投资的重点是低风险，因此要逐渐地把多元化投资组合转向为固定的收益或者是低风险的理财产品。在理财时，应保住价值选择低风险的投资，用少量的资金进行基本风险可控的投资从而抵御通货膨胀对自身资产造成的不必要损失。如银行固定收益型理财产品、债券基金、少量混合型基金等。在中年时期已买的各类保险正是当前老年人多病多意外的保障，且坚持了几十年的基金定投，这个时候就转为“基金定投”，与退休工资一起构成养老的现金，从而维持生活。

简言之，如果能针对不同的时期配置相应的投资，且长期坚持，就一定能跑赢CPI，这是一个需要长期坚持的过程，才能获得不错的收益，给自己的生活质量以足够的保障。



PPI：国家经济的“体温计”

PPI 是从生产者的角度来观察每个时期货物以及服务商品价格在水平变动过程中的一种物价指数，即生产者物价指数，反映的是生产环节的价格水平，国家在制定相关的经济政策及进行国民经济核算时，往往以此为依据。目前我国 PPI 的调查相关产品有四千多种，一般指统计局公布的工业品出厂价格指数，生产资料和生活资料涉及的调查种类是 186 个。

一般情况下，PPI 走高意思就是企业出厂价格提高，因此企业赢利直接增加；但是若下游价格传导不利或市场竞争激烈，PPI 的走高则意味着竞争性众多领域的企业面临重大的成本压力，这样则会影响企业赢利，使整个经济运行的稳定性受到考验。

自 2007 年 10 月开始，我国的 PPI 涨幅持续提高，2008 年 8 月，PPI 从 3.2% 持续攀升到 10.1%，涨幅之高引起人们极大的关注。在全球需求急速扩张下，我国近一年多 PPI 攀高，其根本原因是由于资源类产品价格持续走高，而我国的情况是部分资源匮乏、但是内外需求旺盛，因此经济对于外部资源的依赖越来越大，从而导致国内 PPI 走高。

然而在 PPI 连创新高的同时，CPI 却是连续下降，从而形成了明显的“剪刀差”。通常来说，PPI 对 CPI 是有一定的传导作用的，PPI 在增高的同时会推动 CPI 增高。但是为什么会出现同常理背道而驰的现象呢？究其原因，不外乎以下几点：

1. 从历史的角度来看，在物价上涨时期，PPI 和 CPI 出现峰值的时刻有所不同，CPI 峰值往往较 PPI 峰值早几个月。就拿我国 2004 年前后的物价上涨来说吧，2004 年 7 月，CPI 达到制高点 5.3%，而到了 10 月，PPI 才达到制高点 8.4%，其间相差 3 个月。到了 2008 年以后，由于多方面原因，

以原油为代表的大宗国际商品价格冲高,从而带动我国的 PPI 涨幅明显提升,这样一来,使得两指标走势之差更为明显。

2. 现阶段我国的 PPI 向 CPI 的传导其实并不顺畅。PPI 向 CPI 传导的上涨压力链条大致上有以下三种:PPI(采掘工业)—水电燃料—CPI; PPI(煤炭、成品油、电力)—农业生产资料—农产品—CPI;PPI(原料工业、加工工业)—工业消费品—CPI。下游产品市场供大于求,且国家同时在对中间产品实行价格管制,这就直接导致 PPI 向 CPI 的传导被弱化,从很大程度上来说, PPI 上涨对 CPI 的影响更多的是在心理层面上。据有关专家估计,我国目前 PPI 上涨大概只有 10% 左右是可传递到 CPI 中的。

3. PPI 和 CPI 两指标侧重点有所不同。PPI 涵盖各种工业制造业产品, CPI 则在食品和服务业所占比重较大。按照价格及权重波动性来看,对 PPI 影响更为显著的是石油价格变动,而 CPI 则受食品价格影响更显突出。通常而言,衡量国家物价水平的最重要指标是 CPI,政府很少有动力去专门调控 PPI 以及其他价格指标。

不过,这种 PPI 和 CPI 背道而驰的局面不会长久,就中长期来看, PPI 和 CPI 之间的差距一定会有所缩小,并最终趋于同步。事实上,在大多数情况下, PPI 和 CPI 的走势方向是相同的。

一句话,整体经济运行的核心指标 PPI 和 CPI,对于资本市场和国民经济有着深远的影响。我们可以把整个国家经济看做一辆飞驰的列车,普通居民则是列车上的乘客,各类企业就是列车的零部件,国家经济政策运行就是要确保列车又快又稳地行驶。假如我们把 GDP 的增速看做是速度指标,那么 PPI 和 CPI 就是列车运行稳定程度的核心。当 PPI 不正常,那么列车的零部件则要承受过大的压力负荷;当 CPI 太高,乘客会感到列车过于颠簸很不舒服。这两种情况一旦发生,就都需要对宏观经济进行调整。因此可以说, PPI、CPI 的走势在一定程度上表明了经济运行的健康程度,同时,还可以将其作为预判国家宏观经济政策变化的重要指标。



M0、M1、M2：如何判断货币供应量

我国国家统计局公布的 2008 年上半年的各项经济数据显示:2008 年 6 月末,广义货币(即 M2)余额为 443 万亿元,同比增长了 17.4%,比去年同期加快了 0.3 个百分点;狭义货币(M1)余额为 15.5 万亿元,同比增长了 14.2%,与去年同期相比回落了 67 个百分点;流通中的现金(M0)余额为 30181 亿元,同比增长了 12.3%,与去年同期相比回落了 2.3 个百分点,货币供应量基本稳定,存款余额增加较多。

虽然在经济报道中经常出现 M0、M1、M2 这三个指标,但仍然有相当一部分人对它们都不了解,或者有的只能理解为是广义与狭义的货币,却不知它们具体表示什么。

确切地说,M0、M1、M2 是货币的供应量。根据货币的流动性,将货币的供应量划分为不同的层次,从而测量、分析和调控。现阶段,我国将货币供应量划分为三个层次,它们分别是:

M0:流通中的现金,即除银行体系以外流通的现金。这类货币同消费的变动息息相关,也是最为活跃的一类货币。

M1:狭义货币,指商业银行的活期存款加上流通中的货币量。这是一类流动性很强的货币,随时可以在流通中进行支付。

M2:广义货币,是在 M1 的基础上加上商业银行的储蓄,通常情况下,由于银行的定期存款和储蓄存款都不能随时支付,因此,这类货币的流动性相对较差。

三者关系用公式表示就是:

$M0 =$ 流通中的现金;

$M1 = M0 +$ 非金融性公司的活期存款;

$M2 = M1 +$ 非金融性公司的定期存款 + 储蓄存款 + 其他存款。

日常消费生活中,全民生产中 $M0$ 数值升高证明人们手头宽裕,衣食无忧; $M1$ 是经济周期波动先行指标,反映居民和企业资金松紧变化,仅次于 $M0$ 的流动性; $M2$ 反映的是社会总需求的变化以及未来通货膨胀的压力状况,流动性偏弱。我们通常所说的货币供应量一般指 $M2$ 。外汇占款投放和银行信贷投放是货币投放的渠道。它们的投放速度与 $M2$ 的增速成正比。关于宏观经济的运行状况,我们一般可以通过 $M1$ 和 $M2$ 的增长率变化来了解。若将 $M1$ 与 $M2$ 的增长率进行对比,就具备了很强的分析意义。若在较长时期内, $M1$ 的增长率高于 $M2$ 的增长率,则说明这段时期经济发展在加快,除活期存款外其他类型的资产都有较高收益。这样会有更多的人把定期存款和储蓄存款取出来进行理财,从而使得大量的资金表现为可随时支付,商品和劳务市场将普遍受到压力,从而导致价格上涨。影响 $M1$ 数值的原因可以有很多,例如 $M1$ 的数值变化会受到股票市场的影响,货币在股票市场的投放会促使 $M1$ 加速上扬。

若在较长时期内, $M2$ 的增长率高于 $M1$ 的增长率,则说明有利可图的投资机会减少。如此一来,原本可以随时购买商品和劳务的活期存款中的很大一部分逐渐转变为利息较高的定期存款,因此使得货币构成由流动性较强趋于流动性较弱,这必定会影响到投资进而影响经济增长。



恩格尔系数：小康水平的标尺

“你吃了吗？”这是以前人们见面时的最常用问候语，由此可见“吃”在当时人们的生活中所占有的地位。随着社会的不断发展进步，过去的口头问候语已离我们而去。这也说明“吃”对大多数人来说已经不是最重要的事情了，因为为吃不饱肚子而发愁的人已经少之又少了。更多钱被人们用在教育、旅游、娱乐、健身等事情上了。

陈老师本人是大学教师，月收入约 6000 元，其他收入平均 2000 元，陈老师的妻子正在读研究生，因此没有固定收入，儿子在上幼儿园，因此他的家庭总收入就是 8000 元。

我们来看看他的每月支出：

陈老师家现在的房子是学校提供的，所以没有住房开销。每月吃饭需要支出 1000 元，购书和订阅杂志报刊共支出 600 元，唱片购买 100 元，看电影 200 元。妻子的美容开销是 800 元。去体育馆健身每月平均 100 元。夫妻俩还一起办了一张游泳卡每月 100 元。每周打两次网球消费 300 元。孩子的玩具支出 300 元。孩子上幼儿园开销 1000 元。

这样看来，陈老师一个月的消费是 4500 元，再加上临时支出的消费，每月总消费额在 5000 元左右。吃饭只花掉了这些消费开支中的 1000 元，只占总消费额的 20%。而教育和健身休闲方面的消费则占绝大多数。

所谓“民以食为天”，“吃”是人类获得生存的首要条件，但是当这一层次获得满足后，消费方向就会转向。因此食品支出所占的消费比例从某一

个方面反映了生活水平的高低。这样的支出在陈老师家庭消费中占很低的比例,这也说明陈老师的生活水平较高。这个食品在总消费中所占的比例就是恩格尔系数。

德国经济学家和统计学家恩格尔提出的恩格尔系数,用来衡量居民生活水平的高低。这个计算方法表明随着居民收入增加,耗费在食品上的支出就会减少,二者成一个反比例关系,系数数值越小,食品上的支出越少,生活水平则越高。联合国粮农组织提出这样的标准:恩格尔系数超过 59% 为贫困,50%~59% 为温饱,40%~50% 为小康,30%~40% 为富裕,低于 30% 为最富裕。

恩格尔系数的提出,得到西方经济学界的广泛接受和确认。在我国,恩格尔系数也较早地被应用在统计工作中。通常各地的城乡住户计算恩格尔系数是采用调查资料的方法。如调查显示:2006 年,北京市恩格尔系数为 30.8%,比上年同期下降 1%,相对于 1978 年则下降了 27.9%。然而这个数据与恩格尔的“富裕系数标准”30% 还差 0.8 个百分点。但是恩格尔系数一路走低,却表明北京城市居民的生活质量的提高,正在通往富裕的路上。

应该注意的是,恩格尔系数这个衡量指标并非万能,它也有失灵的时候。例如在贫穷地区,“勒紧腰带过日子”是人们长期以来形成的习惯。这种习惯也会降低恩格尔系数,但此时人们的生活水平并未提高。大家都知道,家庭总支出规模基本不变的大前提下,由于学费、医药费、水电费、燃气费等刚性费用的急剧增加,对于一个收入恒定的家庭来说,一个现实的选择就出现了,那就是压缩食品支出。

这种情况在西部落后的地区尤其普遍,“省吃俭用”成为老百姓的通常选择,而这种选择完全是为了应付急速增长的学费、医药费和房费等刚性开支。

另外,恩格尔系数也受到不同地区的消费习惯的影响。“吃在广东,穿在上海”,便是对这两地消费习惯的高度概括。恩格尔系数在广东较高,但是这与当地的消费习惯有关系,而恩格尔系数恰恰忽略了这样的差异。

因此,在我国就要考虑到这样的不可比因素,如居民生活习惯的差异,消费品价格比价不同以及社会经济制度所产生的特殊因素。对于这些应考虑的因素不可比问题,恩格尔系数在分析和比较时应作相应的剔除。



基尼系数：穷人与富人的差距

“朱门酒肉臭，路有冻死骨。”杜甫的名句恰恰是对贫富差距最典型的描写。绝对平均的社会也是不正常的，因为在现有的市场经济社会中，普遍存在竞争，优胜劣汰，物竞天择，这个经济规律是不可抗拒的，竞争造成了差距，先进和落后，使得富有和贫穷差距进一步加大。

这种贫穷和富有的差距致使市场形成了一种无穷的动力，不断促使贫穷者向富裕的方向靠拢，小富者向着大富者拼搏，大富者向着巨富者奋斗，生生不息，永无止境。但是对于一个社会而言，贫富差距也不宜过大，过大就失去了安全保证。

所以，一个国家的贫富差距也是被广泛关注的，继而出现了很多个评价贫富差距的指标和参数，其中最著名的一个就是基尼系数。

1912年，意大利经济学家基尼提出了基尼系数，该系数定量测定收入分配差异程度，在国际上用来综合评定居民内部收入分差状况的重要分析指标。收入分配越平均，基尼系数越小，反之，收入分配越不平均，基尼系数就越大。国际上通常把0.4作为贫富差距警戒线，一旦基尼系数大于警戒线的数值，就容易出现社会的动荡。

其经济意义是：在居民全部收入中，进行不平均分配的收入占总收入的百分比。基尼系数最大值为“1”，表示居民之间的收入分配绝对不平均，即100%的收入被一个单位的人全部占有了；基尼系数最小值为“0”，表示居民之间收入分配绝对平均，毫无差异。但这两种情况只是理论上的情况，

在实际中通常不会出现。因此,基尼系数的实际数值是介于 0 和 1 之间。

按照联合国有关组织规定:

基尼系数若低于 0.2,则收入绝对平均;若介于 0.2 和 0.3 之间,则收入比较平均;若介于 0.3 和 0.4 之间,则收入相对合理;若介于 0.4 和 0.5 之间,则收入差距较大;若高于 0.6,则收入差距悬殊。

现在,国际上有很多用来反映和分析居民收入分配差距的指标和方法。基尼系数由于给出了数量界限,直接地反映出监测居民与居民之间的贫富差距,从而预报、预警以防止居民之间出现贫富两极分化,所以被世界各国认同和采用。

目前,我国贫富差距的逐渐拉大,使得人们热议的话题中开始出现基尼系数。现在有些人认为我国基尼系数已经超过了 0.4 的警戒线。但也有些人认为我国情况特殊,基尼系数的作用被夸大,贫富差距并不像一些人说的那么严重。

事实上,我国当前的基尼系数一直在上升,贫富差距的确在拉大,中央已多次开会研究改革规范分配秩序和收入分配制度的问题,花很大力气构建一个合理的、科学的、可行的分配制度,希望提高低收入者的收入水平,进而扩大中等收入者的比重,取缔非法收入,调节过高收入,极力缓解地区之间的分配差异和部分社会成员之间收入分配差距扩大的趋势。于此同时,科学地理解基尼系数是我们当前应当做到的,不能产生“基尼恐慌”。

国际劳动组织一项有关基尼系数的研究显示:人均国内生产总值(GDP)同基尼系数的高低密切相关。经济发展水平越低(人均 GDP 低)的地域,社会收入的分配也往往趋于不平均(基尼系数高)。这一点提示我们,基尼系数的运用应注意到社会条件、发展水平差异等因素,而不能生搬硬套。若不考虑发展水平的差异,不加分析地将基尼系数这个基于发达

社会的经验数据运用于一个发展中的国家,只会成为谬论。

因此盲目“炒作”基尼系数而不深刻认识我国发展的阶段性特征只是一个错误。

当面对类似于我国这样一个拥有庞大地域的发展中国家时,在比较和测算基尼系数时,更要谨慎科学合理的运用。

由于我国人口众多,地域辽阔,经济呈现典型的城乡二元结构的特点,各地区的生活费用指数和基本物价水准也呈现出较大差异。但基尼系数的评价指标体系,是基于市场经济发育比较充分、地区差异比较小、人口比较少、基本消除城乡二元结构的西方社会。因此,在运用基尼系数之前一定要首先进行正确的背景分析。

另外,基尼系数在反映经济的公正性方面也存在着局限性。

基尼系数能够反映的只是一个静态的结果,只是针对指标进行分配的结果,分配的初始条件和分配中各群体劳动的投入均不在考虑之中。因此基尼系数只是一个单纯指示结果的工具,反映不出过程的公正与否,简单地说,它只看到最后获得了多少钱,不看各组人群为获得那些钱所付出的一切。因此,当我们在追求某种结果的公平时,更要强调的是社会公平以及规则公平,一定要将那种只看结果不看过程的思想彻底改变。

值得一提的是,国际上有些国家,虽然基尼系数超过了 0.4 的警戒线,却没有发生动乱。但是发生动乱的国家,原因却各种各样,有宗教的、有民族的、有政治的、有国际的,当然也有经济的,但有很大一部分并非是由于收入差距扩大而直接引起的。

以我国为例,从总体上看,我国社会是和谐的,经济迅速发展、社会稳定、就业规模逐年扩大、城乡居民收入持续增长……统计显示,1978 年,我国农村绝对贫困人口数是 2.5 亿,而到了 2006 年,农村绝对贫困人口数则仅有 2148 万。这时的收入差距虽然是扩大了,但众人的收入水平却都

是在逐年上升,而不是停滞和下降。这些年,政府逐年加大扶贫力度,扩大就业规模,“十一五”规划明确提出“要更加关注公平”,这就体现出,我国一直在积极主动地科学分析和谐社会的矛盾、问题及其成因,从而更加积极主动地应对并解决矛盾,极力地增加和谐因素、减少不和谐因素,以促进社会和谐。

简言之,基尼系数是衡量收入分配差距的指标,反映收入分配的公平程度。因此要科学认识、科学运用。



货币政策：经济的调控“大手”

国家发改委中小型企业司有关负责人在第二届广东中小型企业经济论坛上透露,全国 2008 年上半年初步统计有 6.7 万家中小企业接连倒闭。纺织行业作为一个劳动密集型产业代表,其中的中小企业倒闭超过 1 万多家,还有 2/3 的纺织企业面临重组。

为什么我国经济在高速发展的同时还会突然出现如此多的企业倒闭?其实原因很复杂,其中有经济大环境因素,也有企业自身的结构,以及市场优胜劣汰等很多原因。但其中有一条原因是不可否认的,那就是我国的货币政策。

近年来,房地产市场过热,致使房价大幅上涨,股市同时也在大幅飙升,因此政府认为货币流动性过剩,经济目前过热,并出现通货膨胀,为了抑制通货膨胀,紧缩房地产市场,央行采取紧缩的货币政策,一再提高银行存款准备金率和银行利率。到 2008 年 6 月 25 日为止,我国的存款准备金率已经高达 17.5%,位居全世界之首。

由于央行采取回收流动性的货币手段,使得国内消费形势不明朗,出现企业普遍贷款较难,尤其是中小企业,因此才会出现如此大规模的中小企业倒闭现象。

由此可见,一个国家的货币政策就好比是一只“大手”,它在不断地校正着一个国家的经济方向,对经济产生重大而深远的影响。因此,深入了解货币政策是非常有必要的。

一般来说,货币政策是指中央银行为实现应有的经济目标(如稳定物

价,从而促进经济增长,以平衡国际收支和实现充分就业)所采取的各种工具调节货币供给和利率,进而影响宏观经济的措施和方针的总和。分为扩张性货币政策和紧缩性货币政策两种。

扩张性货币政策是通过提高货币的供应增长速度从而刺激总需求,利息率会降低,因此在这种政策下取得信贷更容易。因此,扩张性货币政策比较适宜在总需求与经济的生产能力相比很低时采用。

紧缩性货币政策是通过减少货币的供应从而降低总需求水平,要想在这种政策下取得信贷是较为困难的,同时利息率也会随之提高。因此,紧缩性货币政策比较适宜在通货膨胀较严重时采用。

现将货币政策运用需要采取的主要措施归纳如下:

- (1) 对货币发行进行控制。
- (2) 对政府的贷款进行控制和调节。
- (3) 公开市场业务的推行。
- (4) 改变存款准备金率。
- (5) 对再贴现率进行调整。
- (6) 实施选择性信用管制。
- (7) 进行直接信用管制。

宏观经济进行全方位的调控需要货币政策,其调控作用突出表现为以下几点:

(1) 保持社会总供给与总需求的平衡。通过调控货币供应总量调控货币供应量,以期达到对社会总需求及总供给两方面的调节,使经济趋于均衡。由于总需求膨胀导致供求失衡时,控制货币量来对总需求进行抑制;当总需求不足时,则需要增加货币供应量,从而提高社会总需求,使经济继续平稳发展。同时,增加货币的供给将利于贷款利率的降低,从而减少投资的成本,生产扩大和刺激投资的增长,进而增加社会总供给;反之,将使贷款利率上升,抑制社会总供给的增加。

(2) 通过控制货币总量和调控利率来控制通货膨胀,保持物价稳定的总水平。无论多么复杂的原因形成了通货膨胀,从总体上看,其表现都是流通中的货币超过社会中的不变价格下所能提供的劳务总量和商品总量。提高利率可推迟现有货币的购买力,可以减少社会需求,同时也减少银行贷款的需求;降低利率的作用则与之相反。中央银行可以直接调控货币在金融市场中的供应量。

(3) 调控国民收入的储蓄和消费比例。货币政策是通过调节利率从而影响人们的储蓄倾向和消费倾向的。高利率有利于吸收储蓄,低利率则可以鼓励消费。

(4) 储蓄转化为投资并实现合理的资源配置。投资的来源是储蓄,但储蓄却不能自动转化为投资,只有在一定的市场条件下,储蓄才可转化为投资。而货币政策就是通过利率的变化影响投资的边际效率和投资成本,提高转化储蓄的比重,并且在金融市场的有效运作下实现资源的配置合理化。



税负归宿：税负，到底由谁来承担

乔治在纽约的一家超市购物，当时他挑了一件夹克，价格标明是100美元。但是在付账时，他却付给收银员108美元。他的小票上是这样标注的，在这108美元的消费中，8%是的销售税。这样的情形对于乔治来说不是第一次了，在其他州乔治也经历过。在美国及欧洲的一些国家，顾客必须按“标价乘以税率”的模式支付销售税。小票可以让乔治及时、准确地了解在这次购物中自己缴纳了多少税款。

后来，乔治来中国旅游，他在一家大型超市购物结账后，发现小票上没有标明税率，上面只有他所购买的货物的价格及数量，于是乔治的疑问产生了：难道在中国购物，消费者可以不必支付销售税？

的确，美国和中国的税制有所不同，在我国相应的税种是消费税和增值税。不过，乔治看到了一点，销售在我国是商品的标价多少，顾客就支付多少钱，仅此而已。如果不作经济学分析，我们就很容易产生这样的疑问：难道是销售税征在谁的头上，谁就承担这份税负？所以，总会有人简单地认为，销售在中国的征税仅仅是针对商家的，这份税负的负担者就是商家。然而，事实果真是如此吗？

从经济学的角度上看，这就涉及“税负归宿”。“税负归宿”是指最终经济负担这一项税收的个体。需要指出的是，这个是针对法定纳税人制定的。之所以会这样规定，主要是因为法定纳税人和最终的税收负担者和有时可能并不是一致的。

在此，我们就以个人所得税为例简单解释一下，工薪阶层对于这个应

该不陌生,纳税人自然是工薪收入的个人,同时税收负担者也正是这个人。此时,两者是一致的。可是就商场里的衣服而言,按照我国税法,增值税是商家要缴纳的,商家是此时的法定纳税人。但是此刻往往消费者是实际税收负担者——消费者所承担的数额就包括在衣服的价格里,只不过是购物小票上没有标明。这种行为就是经济学上所说的“税负转嫁”。“税负转嫁”在生活中极为常见,比如我们打电话交的费用,用水时交的水费等,里面涵盖了税,只是在目前我国为消费者开出的收据上都没有注明。

“只要消费,就会纳税”,也就是说,纳税人是我们参与消费的每一个人。我国目前为止共有 22 种税(包括增值税、城镇土地使用税、土地增值税、消费税、营业税、企业所得税、个人所得税、印花税、烟叶税、关税、资源税、房产税、车辆购置税、车船税、城市维护建设税、契税、船舶吨税、城市房地产税、耕地占用税等)。在这些繁多的税种当中,有些是由企业上缴的,有些是由个人上缴的。

曾经有研究报告指出,在我国如果 1 袋 1 公斤的盐价格是 2 元,其中就 0.03 元的城建税和 0.29 元的增值税。而每瓶价格为 3 元的啤酒就包含 0.12 元的消费税、0.06 元的城建税以及大约 0.44 元的增值税。买一件衣服,如果你花 100 元,那么其中包含 1.45 元的城建税和 14.53 元的增值税。买一瓶化妆品,如果花 100 元,其中除 25.64 元的消费税外,还包含 14.53 元的增值税和 4.02 元的城建税。如果你吸一包 8 元的烟,那么其中大约 4.70 元是增值税、消费税和城建税。去餐馆吃饭最后的结账,5.5% 是餐费中的营业税及城建税,如果你使用一次性木筷,还将包括这些消费税……总之,一个人只要在社会中生活,就不可避免地有购买行为,这样就会交税。所以几乎每个人都是纳税人。可是正如刚才提到的,纳税人和税收负担者并不是一致的,这就需要进行进一步了解“税负转嫁”。

“税负转嫁”的方式有很多种,其中包括混转、旁转、前转、后转、消转、税收的资本化等方式。在此简要举例加以说明。

前转是指沿商品流转方向,纳税人以提高商品价格的方式转嫁赋税给消费者。正如前面所举衣服的例子,商家就把税负转嫁给了消费者。

后转与前转正好相反,是指纳税人以压低商品的购进价格将税负转嫁于商品的提供者,纳税人逆着商品流转的方向。比如在零售端对营养补品的征税时,零售商便压低进货价格向厂家购买,从而将税负后转。

混转又被称为散转,纳税人将税负分散开从而转嫁给多方负担。其实它就是前转和后转等方式的结合。比如厂家会将其中一部分产品的价格提高转嫁税收给购货商,一部分压低原料购进价格转嫁税收给纺纱厂等。

对税负转嫁的几种方式有了初步了解后,我们再来谈一下“税负前转”,因为税负前转同消费者息息相关,不容忽视。在“税负前转”中还涉及两个不容忽视的问题。

首先是消费者作为实际的税收负担者,却不知自己究竟纳了多少税。纳税人的纳税行为往往隐藏在其消费活动中,如此一来,纳税人不但不会知道自己到底纳了多少税,甚至连自己是不是纳税人都不知情。就好比在超市买衣服,有不少人都一直错误地以为自己不是纳税人。如果要真正改变这样的模糊状况,税制结构就需要改变,可这并非一日之功。如果销售中的发票能够注明价格、税负、消费中多少支出用于国家税收,消费者就会清楚了解。这对于普及和培养整个社会的纳税意识是有利的。

其次,就是面对自己是“税负前转”的最终承担者,可能有许多人会为自己负担了商品增值税而愤愤不平,因为那些商家本应是它的法定纳税人,最后却由我们自己来纳税。即使不是由我们自己完全的负担,但是追求利润的商家还是会将相当一部分税负推给消费者。

这就需要有一个正确的认识。税负转嫁只是商品经济中的正常经济现象,是客观存在于我国的市场经济下的。经济学也在很早就已证明,税额在顾客和商家之间的分配也就随之确定。这就是说,一件衣服的售卖,税率在确定后,税负由商家承担多少,其中转嫁给消费者的税负又是多少,

不是商家想转嫁多少税负就可以转嫁多少的,这个比例是确定的。这其中就要涉及商品的供给弹性和需求弹性的问题了。

在经济学上,商品税额的分配由供给弹性和需求弹性共同确定。当某种商品供给的价格弹性为零,则销售税将全部由供方负担。当需求的价格弹性为零,则是销售税将全部由需方负担。简言之,弹性小的一方,负担的税额份额就大。弹性大的一方,承担的税额就小。

由此可知,需求弹性小、供应弹性大的商品的课税可以轻松转嫁;需求弹性大、供应弹性小的商品的课税则相对难转嫁。此规律说明,试图想将销售税负全部转嫁给消费者对于商家来说是不可能的。甚至,当纳税人追求利润的目标与税负转嫁发生冲突时,纳税人还是会自愿地放弃税负转嫁。原因其实很简单,转嫁税负势必会提高商品的价格从而影响到销量。这里我们以租房为例,房屋数量不会轻易增加,因此供给弹性几乎为0,如果这时对房东征税,房东若将税负完全转嫁给房客,则势必会失去房客。因为租客可以考虑与人合租或者寻找更便宜的住房,这样势必影响房东的利润。这个时候纳税人(房东)必须在销量减少和税负转嫁之间权衡,最后往往是不涨房价放弃税负转嫁,由自己承担这份征税。



增值税：我国第一大税种

谈到税务,就不得不说一说增值税,增值税是我国现在的第一大税种。

一般从计税原理看,增值税是对商品在劳务服务、生产、流通等许多环节中的商品的附加值或者新增价值征收的一种流转税。这个定义可以告诉我们,商品征税必须是有增值的,没有增值不会征税。但是一件商品的附加值或者新增价值是在真实的生产和流通中产生的,是难以准确计算结果的。目前我国采取了国际上通行的税款抵扣。销项税额是由劳务的销售额或者商品按规定的税率计算,进项税额是劳务或者取得该商品时所需要支付的增值税款。应纳税额就是这两项税额的差额。这样的计算方法体现了按增值因素计税的原则。举个例子。

假定税率为 14%,乙公司向甲公司购进 100 件货物,金额是 10000 元。对样的采购行为,国家是收增值税的,由“税负转嫁”这一理论我们知道,纳税人是甲公司,他会将这部分税款转嫁到乙公司身上。由此,乙公司实际上付货款为 $10000+10000 \times 14\%=11400$ (元)。此时 1400 元的增值税由乙公司负担了,这就是所谓的增值税的价外征收。这 1400 元增值税对乙公司来说,就是“进项税”。这 1400 元增值税最终要上缴给国家。

随后乙公司开始加工。假设购进 100 件货物全部加工成新产品 150 件,再出售给丙公司,销售额为 15000 元,这时国家同样要收增值税。同上丙公司要向乙公司支付的货款为 $15000+15000 \times 14\%=17100$ 元。这 2100 元对于乙公司来说,就是“销项税”。也是要上缴国家的。

但乙公司购进货物时已经支付过进项增值税款 1400 元,现在销售新

产品还需缴销项增值税是 2100 元,此时的增值税款由乙公司上缴给国家的就不是 2100 元,而是 $2100-1400=700$ 元了。这时的 850 元是丙公司支付的,只是由乙公司交给国家。同理丙公司再卖给丁公司,丁公司再卖给 E 公司……以此类推直到最后的消费者。在这个过程中所需要的增值税,最终都会转嫁到消费者身上。鉴于这一点,增值税也属于流转税。

由此得出,增值税基本计算公式:应纳税额 = 销项税额 - 进项税额

“增值税”是法国在 20 世纪 50 年代创立的,随后便成为国际上广泛流行的税种。我国在经过较长时间的试点后,于 1994 年开始推行新制,在生产、零售、批发各环节全面推行增值税。为何增值税会如此广泛地被世界各国采用呢?就是因为它有效地消除了重复征税。

在增值税实行以前,每经过一个生产流转环节的商品,都要按其销售收入全额征收一道流转税。这一做法与上面举的例子相比是不能扣除已征税款的。鉴于此,生产流转环节较少的商品税收负担就会比较轻;反之亦然。比方说一个厂家能够“一条龙”生产,那么当生产流转环节少时,税负必然会较轻;而从原料购买到部件再到最终产品,经过更多的生产流转,税负势必较重。重复性征税是违反市场公平原则的,对市场的经济活动造成冲击,并打击投资的积极性。增值税推行后,对于企业来说,关键好处就是能够抵扣商品在以前生产流转环节中所缴纳的税款,在诸多流转环节后,增值税由企业应负担的都是一定不变的,由此能够有效地实现税负公平,使自然资源和劳动力达到最佳配置,从而有利于企业进行公平竞争。

此外,增值税还利于生产经营结构的合理化,扩大国际贸易,有利于国家稳定、及时地取得财政收入。

事实上任何事物都是有利有弊,增值税也是如此。增值税也会受到批评,这主要在于其累退性质。从上面可以看到消费者最终承担了税收。现在我们以日用品和粮食为例,对任何收入阶层的人来说,粮食都是必需品。低收入者在日用品的购买中承担的增值税在其收入中所占的比例要比高

收入者更大。现在仍以增值税率 14% 计算。一个每年收入 1 万元的低收入者, 每年消费 7000 元, 其中的 980 元都会用来交税; 但是一个每年收入 10 万元的高收入者, 每年消费 5 万元, 需要缴纳 7000 元的增值税。那么, 增值税所占个人收入比例, 高收入者为 7%, 低收入者为 9.8%, 那么增值税所造成的经济压力, 低收入者要比高收入者更大。显然, 这种现象对于低收入者而言是不公平的。当然增值税也存在着多重征税的问题。由于部分商品 (如酒精、香烟、燃油等) 及服务也会有本身的税项, 再征收增值税就造成了多重征税。



拉弗曲线：如何解决税收问题

“取于民有度，用之有止，国虽小必安；取于民无度，用之不止，国虽大必危。”这段名言揭示着一个治国道理：对一个国家而言，最好的经济政策理应是顺应人们进行贸易、生产等经济活动，并在必要时进行一定的控制和调节，而非是对百姓强取豪夺，横加干涉。在经济高速发展的现代社会，这依然有着鲜明的启迪意义。从经济学的角度来讲，所谓“取民无度”、“取民有度”，实际上和税收政策的制定息息相关。

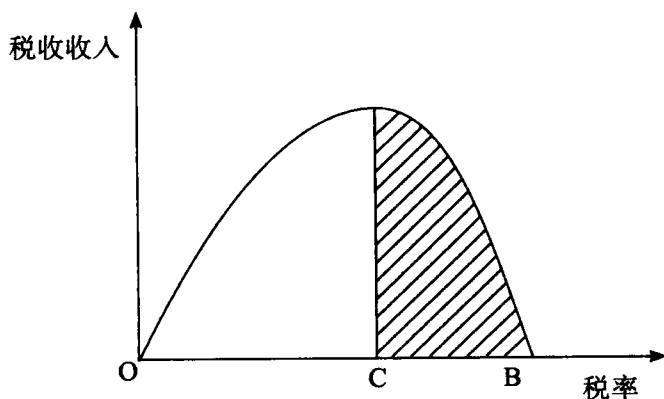
只有一个国家的税收政策合理正确，就能吸引资金扩大实业，使投资环境得到改善，也才能扩大税基，真正做到国富民强，增加政府的税源。纵观我国古代的那些衰败王朝，往往是在灭亡之前，都会伴随着多如牛毛的苛捐杂税，国家对百姓的横征暴敛，使得民不聊生揭竿而起，王朝最终也就不可避免地走向灭亡。

在赋税中，“利民”这一传统思想是非常可贵的。那么，怎样才能税收、政府和个人之间找到平衡，制订出于国于民皆有益的税收政策呢？而税负在何种程度下才能收到最好的效果便是一个深奥的经济学问题。不过当代有一位经济学家竟然用一张餐巾纸就解决了这个复杂的问题。

1974年的美国经济正处在“滞胀”的困境里。当时福特总统的白宫助理切尼和南加利福尼亚商学院的教授阿瑟·拉弗在华盛顿一家餐馆共进午餐，为了使切尼明白只有减税方可让美国摆脱困境，拉弗在餐巾纸上即兴画了一条抛物线，浅显而直观地给切尼讲明了减税的奥妙所在。一起赴宴的还有当时出任《华尔街日报》的副主编万尼斯基，午餐结束后，他便将这

一纸巾上的曲线在报纸上大加宣扬,这条被戏称为“餐桌曲线”的“拉弗曲线”由此声名远扬,在当时,这种“减税主张”得到了社会各界的认同,其影响面非常广,并最终被后来的里根政府所采纳。拉弗也由此成为家喻户晓的经济学家。

受拉弗曲线的减税理论的影响,澳大利亚、印度、巴基斯坦、沙特阿拉伯、马来西亚、美国、加拿大、德国、英国、意大利……众多国家也纷纷推出减税方案,从20世纪80年代起,世界上许多国家持续实行减税政策,形成了世界性的减税潮。据资料统计显示,这种方式非但没有使这些国家的宏观税负水平降低,反而呈现上升的趋势,下面就是拉弗曲线。



图中,原点O表示税率为0,此时政府无税收收入;随着税率增加,税收收入呈现抛物线形的变化,当税率达到B点为100%时,社会便不会有人愿意去工作了,因此也就不会有税收收入了。

拉弗曲线说明,税收收入对积极性的提升的挫伤将小于人们工作的积极性,也就是图中所显示的,当税率在横轴上超过C点时,税收收入会随着税率的提高而下降,因此图中的阴影部分被称为“税率禁区”。一旦税率处于“税率禁区”时,要想使国民产量和税收收入同时增加,唯一的方法就是降低税率。

另外，拉弗曲线还表明了这样一个观点：当税率高于某个水准时，则降低工作热情，从而降低社会供给，政府税收也会随之减少，当税率低于某个水准时，会激发社会的工作热情，从而促进社会供给，政府的税收一同提升。由此可知，政府要想取得最多的税收收入，提高税率并不能使其达到目的，相反，减税才是最佳方法。

拉弗曲线是在经济学角度上揭示了一个“欲速则不达”的哲理。但是尽管这个道理是显而易见的，却仍然难以改变很多人的做法。在我们的经济生活中，违背拉弗曲线这一客观规律、不按正规程序行事的事例时有发生。

某城郊有一条高速公路通往著名旅游区，大多时间并不拥塞，只是节假日和旅游旺季除外。在高速公路的两侧设有辅路，辅路是免费的，从这里经过的人们，常常看到这样一种现象：主路上车辆寥寥无几，车辆风驰电掣；而客车、货车，甚至还有自行车、三轮车等都出现在辅路上，整个辅路被挤得水泄不通。之所以会出现这种情况，就是因为很多人都想省下通过主路时的“过路费”。

对于大多数人来说，为了省钱而宁愿多花点时间这是可以理解的。但是从经济学的角度来看，这样的情况实际上反映出一种极其不合理的资源配置。

首先就是高速公路不能充分被利用，从而造成了资源的闲置；其次就是辅路上的车辆拥挤导致行驶缓慢，从而导致时间被浪费了，进而使社会资源受损。其实这两个问题很好解决，那就是降低“过路费”。但现实中的情况却是：高速公路经营公司以“贷款修路、收费还贷”以及高速公路的经营成本等因素拒绝降价。在他看来，只有收费高了收入才会高，方可尽早还清贷款乃至实现赢利。在他们的思维里，倘若不是收费还被政府控制着，过路费还要定更高呢！

但是我们结合拉弗曲线看看，就会发现，“收费高收入高”的看法其实

是狭隘的。当前的高速公路经营者现在正处在拉弗曲线的“税率禁区”里,在这个时候,如果收费不沿拉弗曲线 B—C—O 方向移动(即降低收费),那么大多数司机依然不会去走高速公路,如此一来,经营者的总收费收入不但不会提高,还有可能降低。要想车辆愿意走高速公路,只有降价,这样的总收入才有可能增加。但是实际情况是,我国许多地方的高速公路收费一直处于居高不下的不良状况中。结果是经营者不仅难以为继,还造成了巨大的公众时间及公共资源浪费。

当然,也有不少经营者迫于无奈,开始降低了收费标准,调整高速公路的收费,由此高速公路的车辆这才明显增加起来,辅路通行状况也因此得到明显改善。其实,经营者们还可以运用拉弗曲线,去确定高速公路过路费的最优费率。例如,调查了解驾驶员对过路费所能接受的程度,计算出收费每下降或者每上升 1 元,选择走高速公路的车辆所增加或者减少的百分比;经营者车辆增加和减少的收入和提升的收入之间的差额,从而得出一个收入的最大化,最终促成过路司机与高速公路经营者的双赢。



社会福利：一张彩票可以帮助千万人

——在2008年7月的一个早上，深圳的某位彩民接到福彩中心的电话，这位彩民被告知他使用银行卡通过电话投注的一注彩票中了二等奖，奖金总计247765元。这位彩民后来对别人说，他能中奖一半是因为幸运，一半是由于中号的执著。他自1月份开始就使用电话投注购买福彩“双色球”，并且利用自动投注这一功能对他的这一固定号码每期进行自动追号。原本这只是一种乐趣，没想到半年后竟然中了二十多万元。

——“2003年2月16日，开始了福彩双色球彩票的联销。同年10月，湖南中出了第一注的500万元，此后很多人开始购买双色球。一位彩民如是说：我是从双色球一开始发行就在购买了，但当时只是关心是不是有中奖。一年后，当我得知双色球的销售量竟然到达了36亿多元、筹集福利金竟达到13亿元时，我才开始关注双色球的公益金。五年以来，双色球所筹集的公益金可以资助很多困难的群体，我想这一点应该让更多人知道。”

——2007年的儿童节，南京市开展了“情暖童心、爱心助孤”的大型公益活动。市福彩中心同时向南京市的儿童福利院捐助了20万元福彩公益金。长期以来，市福彩中心前前后后开展了一系列的公益活动，资助各个产业，如流浪儿童救助中心、孤残康复手术费、敬老院和修缮儿童福利院等，充分体现了福彩发行的核心宗旨。

一直以来，人们购买彩票的本质目的很大程度上是“碰运气、中大奖”，尽管这种概率非常低，但是“两块钱换来五百万”，这种民众对高额回报的期盼心理致使我国的彩票事业迅速地发展起来，而福利彩票就是这样一

个典型。而现在相对这些来说,却已经很少有人再对福利彩票发行的宗旨——“扶老、助残、救孤、济困”有深入的了解。而这个宗旨才属于经济学中的福利范畴。

“福利”是经济学中的重要概念,但在不同的国家对“福利”的理解往往会有所差异。我国传统的社会福利主要是指由国家出动资金兴办的、目的在于为社会大众谋取利益的各种福利事业,包括职工福利、一般社会福利和特殊社会福利等。福彩便属于社会福利范畴。

对于一个像我国这样的人口大国来说,福利事业是异常艰巨的。在我国残障人口有八千多万,老龄化现象也是普遍问题,这些弱势群体都需要社会的帮助,而想解决这样的问题,单一依靠国家的开支显然是不可取的,所以要向社会筹措资金。只是长期以来,我国资金筹措的方式有些单一,即主要通过企业 and 国家这两个渠道,如此一来,企业 and 国家就会负担过重,从而导致一些本该解决的社会问题难以解决,因此必须打通社会和个人的渠道,彩票便在其中发挥了积极的作用。

社会上虽然有许多个人和组织在为国家的福利事业做贡献,但是从长远上看,都不像彩票这样稳定地、持久地为福利事业提供大量流动资金。对于社会福利的强大帮助和对于个人的强烈吸引力,使得彩票在不觉间成为社会筹资的一个重要方式。

“彩票”在法律上也是有其严格的定义的,是指国家为支持社会公益事业而专门特许的机构垄断发行的一种有偿凭证,人们的购买行为完全是自愿的,并且他们按照公布的相关规则拥有中奖权利。中国福利彩票则是由国家国务院审核批准,由隶属于国家民政部的中国福彩发行的管理中心承担,按省级行政区组织实施。

就世界范围来看,各个国家发展社会福利的具体做法虽有差异,但实际上都采取了多种渠道来筹措资金,即国家、企业、社会、个人四项并举。而向社会筹措资金的主要方法就是发行彩票和进行募捐。从 20 世纪 90

年代以来,世界各国的彩票年销售总额已逾千亿美元。无论是发展中国家还是发达国家,都在发行彩票,彩票的种类多样,其收入皆在除去支付行政运营成本、奖金后,主要用于公益事业,效果显著。另外,彩票还能帮助政府缓解财政压力,从而解决一些紧急状况。

基于历史原因,我国自新中国成立以来,都未正式发行彩票。直到1987年7月27日,中国社会福利奖券才于石家庄首发。同年8月28日,中国彩票史中第一次摇奖仪式在石家庄举行,一等奖为2000元,中奖者温先生是将这笔钱用于筹办自己的婚礼。从此,新中国的彩票才拉开了帷幕,长达38年无彩票的状况才得以结束。

自从1987年新中国福利彩票发行以来,截至2007年6月30日,全国累计福利彩票销售额达2423亿元,为国家筹集公益金达809亿元。其中上缴给中央财政约为300亿元,用于支持残疾人事业、城乡医疗救助、社会保障基金、社会福利事业和青少年课外活动设施建设等公益事业;剩余的五百多亿元,则定向用于社区福利服务设施和城乡社会福利机构建设。

一张价值两元钱的彩票,之所以能帮助千千万万的人,是借助社会福利这一渠道。通过一张彩票,可以将自身与社会福利事业紧密联系起来,同时,个人可以体会到投资和期盼的乐趣,而且还可以弘扬美德、传播慈善和奉献爱心。既然如此一举多得,大家又何乐而不为呢?也正是因为很多人有这样的想法,才使得彩票逐渐成为推动我国社会福利事业前进的一种不可或缺的力量。



新型农村合作医疗：农民不再怕看病

三国时期有位名将叫张飞，纵横捭阖，手持丈八蛇矛，自认是天不怕地不怕，就连在诸葛亮面前也是拍胸脯。诸葛亮曾笑着问他：“你当真什么都不怕吗？我看未必！”张飞顿时眼睛瞪圆，大声道：“我什么都不怕！”于是，诸葛亮此时在手心上写了一个字给张飞看。张飞一看，连连说：“我是怕！怕！”

是什么让这猛将怕呢？原来是“病”。百战穿金甲的张将军，什么都不怕，却也会怕病。无独有偶，曾经一位国君也是很怕病，但他是讳疾忌医。

春秋战国时期，蔡桓公让名医扁鹊给自己看病，扁鹊说他有病，“不治将恐深”，但是这位国君讳疾忌医，他不承认自己有病。扁鹊诊断了三回，后来看到蔡桓公扭头便跑。因为此时蔡桓公已病入膏肓了。他的结果便是抱病而终。

是人都会怕病。不过，生病了还可以医治，至于是否愿意医治，就是自己的事。但与达官显贵相比，普通老百姓更怕生病，因为医疗费用非常昂贵。像这种情况，反映在我国8亿多的农民那里尤为显著。

“辛辛苦苦十几年，一病回到改革前”。这句曾在农村中广为流传的口头禅，说的就是“因病返贫”。在缺乏医疗保障的情况下，这样的现象在农村极其常见。

两年前，黑龙江省依安县和富裕县的两位农民同时患病，他们同时遇上了百姓最怕的事，但是他们两家的境遇却很不一样。

春节过完，农户的大事就是盘算春耕。但是富裕县的老周一家却无论

如何也打不起精神——就是因为老周得了大病,一家之主,在正当壮年的时候,却因病让这个四口之家负债累累。对他们家来说,这是一个沉重的负担。3年前,老周一家在村里也是数得上的富裕户:牛、地、车、存款,该有的都不差。然而,一年多前,老周患了肺癌。半年不到,不仅掏空了家中的几万元存款,而且能借的借遍了,能卖的也卖完了,但病却没有治好。老周只好硬挺着。老周一家遇上了农民最怕的事情:因病返贫,一人的病就可以撂倒一家人。

但是,与此同时,在不过百里的依安县,有个农民老江得了一场出血热病,但结果却是大大不同,一场大病并没让老江的家庭从此变得贫穷。他家在看病上花了1.6万元,村里按相关规定给他报销了80%的医疗费。这样算下来,他家仅仅付了三千多元。原来他们有村级合作的医疗托着。这个村每年都从集体累积中出二十多万元扶持村里的卫生所。村民们的小病可以不出村,大病还有“公”家管。这就是“得了大病心不慌,合作医疗帮大忙”,假如没有合作医疗,这个农民家庭迟早也会被拖垮。这么多年来,该村的合作医疗始终做得很好。在农民得病后,公家可以报80%医药费,家属有病也是可以享受报销一半医药费的。该村合作医疗是由于村集体年年都有投入,设备、规模也是一年好过一年。这么些年来,该村的340户农民没有一家因病而返贫。

周、江两家的情况对比一下,一家有医疗保障,一家没有医疗保障,在大病的命运面前会有天壤之别。老江享受的医疗,就是新型农村合作医疗。我国于2002年10月提出这项制度,并明确到2010年,基本上覆盖全国的农村居民。几年以来,在各地区的各有关部门的共同努力和农民群众的积极参与下,新型农村合作医疗的工作得到了长足发展。2007年的新型农村合作医疗由试点阶段慢慢转入了全面推进的阶段,并达到了覆盖全国80%以上的县(市、区)的农民的显著成效。

在慢慢普及的过程中,我国也在不断完善新型农村合作医疗制度。到

了 2008 年,这个制度的基本规定如下:自愿参加合作医疗的,以家庭为一个单位,按每人每年 20 元合作医疗资金缴纳,再连同各级财政每年给每人补助的 40 元一同形成合作医疗基金,在县(市)国家商业银行的合作医疗专用账户内储存,并一同制定统筹补偿的相关方案,合理使用相关基金,由此不断地致力于改善广大农村的医疗服务,提高医疗服务质量与水平。

曾经,“看病贵”是普通百姓的心病,尤其是收入普遍偏低的农民的心病。据说,农民工外出去打工时,最怕自己生病,因为昂贵的医药费会把他们辛苦挣来的工资大把大把地耗掉。由此可见,新型的农村合作医疗制度的全面推广,是造福农民的好事。从 2008 年 1 月起,国家卫生部宣布改革医保制度,并确定了具体的实施目标:到 2020 年全国将实现人人都享有基本医疗卫生服务。“基本医疗卫生服务”不仅包括妇幼保健、职业病防治、疾病预防控制,而且还包括慢性疾病的诊断、康复和治疗等服务。

我国在当前宣布深化医保制度的改革的同时,也没有忽视现阶段我国的国情,那就是要走“中国特色的卫生发展道路”。我国的公共医疗卫生体系是公益性质,强调的是“以人为本,为人民健康服务,为人的全面发展服务,为经济社会发展服务”。

当前,我国医保体制改革之路困难重重。而农村又是我国医疗卫生发展的最薄弱环节,因此要实现医保体制改革的目标,首要解决的就是关于农民的医疗卫生问题。新型农村医疗合作制度是由农民和政府共同筹资,再来对农民的医疗费用进行补贴,当这种新型的医疗制度在农村得以全面普及的时候,农民便可切实得到医疗保障,那么,我国的医保体制改革也就成功了。



保障性住房：要得广厦千万间

公元 759 年暮冬，杜甫为避安史之乱，流亡到成都。次年春天，他在友人的帮助下，在风景秀丽的浣花溪畔为自己盖起了一座茅屋。然而一个深秋，风雨大作，屋破雨漏，杜甫长夜难眠，遂写下传唱千古的名句：“安得广厦千万间，大庇天下寒士俱欢颜，风雨不动安如山！”这里便涉及了住房的问题。

生活中，“民以食为天，家以居为先”，住房，是基本生活的必需项目。时下，住房的问题依然被众多人所关注。尤其是进入 21 世纪以来，随着，房产改革的进一步推进，人们也更加关注这个问题了。

1997 年，绝大多数中国人热议的一个话题是：“赶上分房的末班车了吗？”。当年，中国住房改革刚刚正式上路。国务院提出建立“以经济适用房为主的多层次住房供应体系”，从此，推行几十年的福利分房被终结。后来便有许多工厂职工自己掏腰包购买自己租住的单位房屋，于是中国开始进入了“住宅私有化”的时代。从 2000 年开始，所谓的房地产市场也开始进入“市场化、民营化”的阶段，而房价从此一路飙升。然而当时，保障性住房并未按照国务院当年的要求，成为城镇住房市场的主体。于是便产生了低收入和高房价之间的矛盾，房子对于绝大多数普通百姓而言，只是可望而不可即的海市蜃楼。

近些年以来，房地产业作为我国一个重要支柱产业，拥有高额的利润。在现在以市场化为主的指导思路下，大多数房地产商一味追求高利润，由此导致房地产畸形发展，让许多普通百姓望而却步。这主要是因为：住房

供应结构不合理,房价上涨过快,住房需求与购房能力之间矛盾突出,房地产市场秩序混乱。一个很明显的现象就是,在一个虚热的房产市场中,商品房的价格节节攀升,已经建好的楼盘和在建的楼盘更是数不胜数,可是由于几乎个个追求暴利,因此真正适合老百姓居住的楼盘却寥寥无几。

高昂的房价,直接影响到大家的生活。最直观的一个现象就是,中国历来讲究男大当婚,女大当嫁,可是有谁知道时下有多少爱情终结于房价?虽然看起来两者之间并无直接关联,但不可否认的是,在任何一个年代,要结婚就总要有住处。中国的老百姓本来就讲“盖房子娶媳妇”,在现代化的城市,这就直接演变成“结婚首先要买房”。可是一套房子的价格对大多数刚刚步入社会的年轻人来说,都是一个天文数字。再说,人们的生活又不是只有住房,还有很多,比如老人的养老和孩子的教育,这都需要作很大的储备,因此人们是不能把全部的钱都花到买房这一件事上。如此一来,人们当然会对保障性住房产生强烈的渴求。

所谓“社会保障性住房”,就是指由政府来兴建投资或者是收购的,供应对象、限定建设标准和租金标准或者销售价格,具有特定用途和保障性质的住房。与市场上的商品房相比,保障性的住房一方面是为了赢利,另一方面是为了公益,因此二者有着本质上的区别。对于老百姓来说,保障性住房的最大特点当然就是实惠。

其实,早在十多年前我国的住房改革中,保障性住房就已经被定为主角,但是由于种种原因,它一直尴尬地站在中国房地产大舞台的边缘,为当前的中国楼市当了十多年配角,现在保障性住房终于等来了这个“变换角色”的时刻。

2006年5月,国务院发布《中华人民共和国测绘成果管理条例(修订草案)》,其中提出六条房产调控纲要,重点明确发展中低价位、中小套型的普通商品住房、廉租住房和经济适用住房。2007年8月8日,国务院下达《关于解决城市低收入家庭住房困难的若干意见》,提出“进一步建立健全城市

廉租住房制度”、“改进和规范经济适用住房制度”以及“逐步改善其他住房困难群体的居住条件”。其中对于廉租房,政府可以根据本地具体情况确定每平方米租赁的补贴标准;将经济适用房的建筑面积控制在 60 平方米左右,并且,每年各地都需要安排建设一定规模的经济适用房。

2008 年以来,各地政府开始先后推进保障性住房建设,力度也在进一步加大。这就意味着买不起商品房的老百姓,以后会有望借助现在的保障性住房满足自己最基本的生活需求,实现自己的住宅梦想。

我国的基本国情是土地缺少,人口众多,迫切需要建设节约型社会,由此可见,推广保障性建设住房,是大势所趋。诗人所描述的那种“广厦千万间”,“百姓俱欢颜”的美好理想也就指日可待了。



交通福利：向月票年代说拜拜

2007年1月1日，众多乘客在阜成门公交车站上车后，其交通IC卡随着“嘀”的一声，在公交车上的刷卡机上显示出扣除了0.4元。随后公交车载着一车乘客出发了。从此开始挥别了公交成人月票、学生月票以及公交地铁联合月票的公交月票福利时代。

取消月票，很多人的心情都比较复杂。这么长时间以来，月票已经成为了一种生活习惯，虽然时下大多数人的年收入已经很不错了，但是他们中还是有一部分人习惯了使用月票。不过，这些人们也承认，他们在这些年里，尝尽月票制的弊端之苦。在每天的出行中，心里都要盘算着如何换乘月票车，还有在上下班高峰期间，月票车内人挨人，异常拥挤。据有关数据显示，月票制使得北京公交长期亏损，并且使得交通资源配置出现极其不合理的现象。

北京月票福利制早在1950年便开始实施了，方便了市民出行，也改善了市政交通。然而社会在发展，时代在进步，月票福利制便有些跟不上时代的节奏了。

第一，它已经是导致北京公交系统长期亏损的一个关键因素。其实北京取消月票的呼声早在1999年左右就出现了，而出现这种呼声的出发点之一就是为了减少亏损。在1999年以前，公交月票已经涨价几次了，到2000年，月票价格再次提升，30元为普通职工月票价格、40元为通用职工月票。然而这些方法对于公交系统而言，运营依然呈亏损状态。在2003年时统计，每张月票的实际成本达到了103元，比当时月票的价格高出许多。

第二,月票导致公交资源配置不合理。大量乘客一窝蜂地去挤月票适用车。就拿三环线上 300 路公交车来说,从六里桥到静安庄,有 830 路公交车和 300 路公交车行驶在同一线路和同一时段。然而,由于 300 路公交车能使用月票,所以中途经过每一站,都会有许多乘客拥挤着上车,车内经常拥挤不堪。而 830 路公交车无法使用月票,全程为 6 元,起步价为 2 元,在经过三四个站点后,车内便会有空座了。类似这样“拥挤”和“空座”并存的状况,在北京的许多公交线路路上都能见到。如此不合理的交通资源配置,必然会影响交通效率。

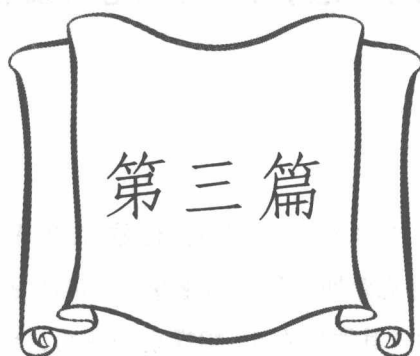
既然月票制有这么多负面影响,那么,它为什么还会在北京延续半个世纪之久呢?这当然是与北京身为全国政治中心和文化中心的地位密切相关。要取消一项人们长久依赖的福利政策,首先要慎重考虑“稳定”因素,一定要调查在这个城市,到底有多少人对月票福利有所依赖,依赖程度如何,然后才能制订对策。据估计,在北京,享受低票价月票的人超过 100 万人(其中包括大量的外地人口),几乎占到北京城区人口的 1/10,对于取消月票将会对这一部分人的生活产生什么样的影响,相关部门一时难以评估。也正是由于公交月票涉及广大市民的福利问题,因此,在取消月票的过程当中,相比其他城市,北京经历了极大的曲折。进入 2005 年后,当时在全国各大城市公交月票都已基本取消,这项从 1950 年开始的福利政策只剩下北京仍在坚持着。取消月票的呼声一直存在,但政府对如何取消、是否该取消月票的讨论一直不断。

2005 年,北京市发改委提出将纸质的月票统一为公交 IC 卡的想法,以此作为取消月票的一个过渡手段。由此,月票的所谓纸质形态被取消。接下来就是将最初的月票不规定使用次数改为限刷 140 次。只不过,虽然人们拿到了崭新的公交 IC 卡,月票这样的一种概念还是存在着,IC 卡也被人们认为是“月票卡”。只不过,由于公交 IC 卡采用了电子技术,所以为统计月票使用频率提供了可以参考的结算依据,而这种结算又推进了取消月

票制的进程。据相关部门的数据统计显示,月票卡的使用频率其实并不高。成人月票平均每月刷卡 86 次,每月可以刷卡 140 次以上的只有 2.6%。这就表明,能够完全足次使用月票的人其实并不多,由此,北京市完全可以大胆地取消月票。

就当时的实际情况看,人们对这样的公交改革也非常关注,纷纷通过各种方式加以咨询。受当时公交“打四折”优惠的影响,人们开始大量购买北京市“市政交通一卡通”。

当然,在刚听说要取消福利月票制度时,很多人都心有疑虑,这样是不是说公交就要从公益事业中离开呢?乘车费用是否提高了?一般来讲,交通成本不可超出家庭总收入的 12%,一旦超过,对于一般家庭而言就会明显感觉到压力。于是北京市政府当时明确表示,一定要把公交继续当成是公益事业来做,低票价政策不会改变,政府也会继续对公交实施财政补贴,同时充分考虑乘客的承受能力,对学生和低保人群给予优惠照顾。并且为了更好地服务于广大市民,相关部门还在城市的一些主干道上画出公交车专用车道,以提高公交车的运送效率,方便广大市民出行。



事业路上要懂得的经济学





蝴蝶效应：追求事业不可忽视细节

1963年12月，混沌学之父爱德华·洛伦兹，在华盛顿召开的美国科学促进会上讲道：美国得克萨斯州的一场龙卷风有可能是一只蝴蝶在巴西丛林中扇动翅膀引起的。其原因在于：蝴蝶扇动翅膀，会引起周围空气系统发生变化，并引起气流的产生，虽然相当微弱，但却会引起一连串的连锁反应，最终导致其他系统的极大变化。

洛伦兹的演讲和结论给人们留下了极其深刻的印象，从此以后，人们使用“蝴蝶效应”来指细小因素和看似完全不相关的巨大的变化之间存在着紧密联系的现象。由于“蝴蝶效应”独特的、大胆的想象力和迷人的美学色彩，更因为它所阐释出的深刻的科学内涵和内在的哲学魅力，它让许多人都为之着迷。

在西方，有一首民谣广为传唱着：“少一个铁钉，丢一只马掌。少一只马掌，丢一匹战马。少一匹战马，输一场战役。输一场战役，失一个国家。”

为了争夺英国的统治权，理查三世和亨利准备决一死战。战斗开始前的一天早上，理查派一个马夫备好自己最喜欢的战马。

“快给它钉掌，”马夫对铁匠说，“国王要骑着它打头阵。”

“您得等一等，”铁匠说，“前几天给所有的战马都钉了掌，铁片用完了。”

“我等不及了。”马夫极不耐烦。

铁匠埋头干活，他从一根铁条上弄下四个马掌，依次把它们砸平、整形，固定在马蹄上，然后开始钉钉子。钉到第四个掌后，他发现没有钉子了。

“还差几个钉子，”他说，“我需要点儿时间砸两个。”

“我说过我等不及了。”马夫急切地说。

“那我得先告诉你，如果你不等的话，我现在能把马掌钉上，但是不能像其他几个那么牢固。”

“那能挂住吗？”马夫问。

“应该能，”铁匠说，“不过我没有把握。”

“那好，就这样吧，”马夫叫道，“快点，不然国王会怪罪的。”

理查国王骑着马冲锋陷阵，鞭策士兵迎战敌人。突然，一只马掌掉了，战马跌倒在地，理查国王也被掀翻在地上。受惊的马跳起来向远处逃去，理查国王的士兵也纷纷转身撤退，这时亨利的军队包围上来。

理查国王气急败坏，他在空中挥舞宝剑，大喊道：“马！一匹马，我的国家倾覆就因为这一匹马！”

一个铁钉与一个国家根本无法相提并论，但是就是这样无法相提并论的两件事物却联系起来了，因为一个铁钉的松动，却导致了一个国家的败亡。细小的、看似没什么关系的因素往往能够对事物起到决定性的作用。

忽略蝴蝶效应会导致失败，重视蝴蝶效应则会带来成功。

美国福特公司是世界汽车产业的巨头，在整个美国的国民经济中，它举足轻重。面对这样一家大公司，几乎所有的人都想进入，然而许多人削尖了脑袋都挤不进去的时候，福特却用“捡废纸”这块敲门砖敲开了公司的大门。

那时候，刚从大学毕业的福特，到这家汽车公司来应聘，同来应聘的竞争者学历都比他高，因此，福特觉得这次多半是没有希望了。抱着姑且一试的心态，福特敲门走进董事长办公室面试，当他把门打开的时候，他发现门口地上有一张废报纸，于是就很自然地弯腰把它捡了起来、扔进了旁边的垃圾篓里。随后，福特自我介绍说：“您好！我是来应聘的福特。”等待着董事长的面试考验，谁知董事长竟然说：“很好！很好！福特先生，你已经被我们录用了。”

福特惊讶极了，他向董事长询问原因。董事长回答说：“福特先生，前面几位应聘者确实仪表堂堂，而且学历也比你高，但他们的眼睛只能看见大事，对小事却视而不见，我认为，看不见小事的人是无法成就大事的。而一个不会忽略小事的人必然能够通过对小事的不断积累而做成大事。”

就这样，福特进入了这家公司，开始了他的辉煌之路，不断地将小事情做好，直至将公司改名，使福特汽车享誉世界。

因为蝴蝶效应的存在，福特不仅通过“捡废纸”这件小事情，获得了众人梦寐以求的工作，而且通过对细节的重视，取得了辉煌的成就。

无论是在职场中，还是在创业的路上，一个灿烂的微笑，一个习惯性的小动作，一次大胆的尝试，一次真诚的服务……这种种细节都有可能触发生命中意想不到的契机，它所带来的往往不止一点点的喜悦和表面上的经济报酬，而是一次改变你整个人生轨迹、让你的事业从此走向辉煌的机会。



蘑菇定律：职场新人更容易受冷落

刚刚从学校毕业、初涉职场的大学毕业生们，一般很难受到重视，往往不能担负要职，多做些打杂跑腿的工作，而且还时常会受到别人的无端指责和批评，得不到必要的指导和提携，只能自生自灭。就如同长在阴暗角落里的蘑菇一样，得不到阳光，也没有肥料，自生自灭，只有长到足够大以后才能得到人们的关注，这就是“蘑菇定律”。

许多事物在发展的起始阶段都是无法获得重视的，只有当它发展到一定规模后才能获得关注，经济的发展是这样，职场也是同样的，几乎每一个职场新人都必须走过“蘑菇经历”，然后才能大施拳脚、一展抱负。

现在有许多大学刚毕业的新人，总以为自己学历高、是天之骄子，不屑于去做那些平凡或平庸的工作，从而态度消极，不断地抱怨，甚至想通过跳槽来改变这种状况，这种眼高手低已经成为许多年轻人的一种陋习。这些年轻人对自己具有过高的期望，认为自己理所当然地应该身居要职、领取高薪。但事实上，由于缺少社会工作经验，他们往往是无法委以重任的，自然高酬劳也就不太可能。

因此，对于每个职场新人来说，都必须有一个积累社会工作经验、提高职业技能的过程。在这个过程中，无法被重视，无法去做那些重要的工作，无法获取高薪，无法享受好的福利，都是再自然不过的事情。而显然，对于这个“蘑菇”阶段，心怀抱怨或者采取消极抵抗态度都是不可取的。

卡莉·菲奥丽娜曾经是闻名遐迩的惠普公司的 CEO。然而，这位斯坦福大学法学院毕业的大学生也曾做过那些非常平庸的工作，她毕业后的第

一份工作就是做一家房地产经纪公司的接线员，每天的工作除了接电话，就是打字、复印、整理文件。

很明显，这样的工作让一个斯坦福大学的毕业生来做是屈才了。然而卡莉毫无怨言地从事着这份无比平凡的工作，在简单的工作中积极学习。终于，机遇来临，一次偶然的机会，她从几个经纪人那里得到了一次撰写文稿的机会，从此，她告别了“蘑菇”阶段，走上了自己事业道路上崭新的一段。

对于刚走向社会、步入工作岗位的职场新人来说，“蘑菇经历”能够帮助新人们消除很多不切实际的幻想，对社会上形形色色的人与物有更客观和更深刻的了解，为成功积累经验，为进一步发展打下坚实的基础。

有这样一个故事：

湖畔有两棵树，一棵很粗需要两人合抱，一棵很细，就像人的手臂一样。在清除湖底淤泥时，它们一起被锯掉了，只剩下两根光秃秃的树桩。一天，一个花木工人想要挖掉它们重新植树，这时，一位路过的老人说：“大的不一定能活，但是小的一定会活。”

就这样，花木工人并没有挖掉它们。很快，一年过去了，花木工人再一次来到这里，他发现小树桩上刚长出来的嫩枝条已经有手指粗了，而大树桩上的嫩枝芽却长成了一丛灌木。为了让大树桩上的嫩芽也长成粗壮的枝条，花木工人便砍去多余的枝条，留下最有希望的一枝，然而，一点用都没有。几年后，大树桩上最后的一根枝条也枯萎了，而大树桩悄无声息地死了。

花木工人对这种现象感到非常不解，后来他终于从当年那位路过的老人那里知道了答案。老人告诉他：“树越早遭遇挫折，越有可能存活，因为树小的时候生命力更强。”

同样，人如果在早年受挫，还有许多时间能够从头再来，鼓起勇气、不惧艰险地去成长，最终成为出类拔萃的人才。也就是说，作为新人而言，拥

有“蘑菇经历”是幸运的,它让你痛苦的同时也为你以后的“大祸临头”消除了隐患。

职场新人们大多正处于蘑菇定律的困境之中。这种困境对于成长中的年轻人来说,是一笔宝贵的人生财富,是新人们羽化前必须经历的一步。因此,当你处于“蘑菇经历”中的时候,请少点抱怨,多点努力,将这种经历当成自己事业的“磨刀石”。



木桶理论：职场中全面发展的重要性

古时候的木桶是用好几块木板拼成一个圆柱组合而成,如果这些木板长度不一,那么能决定这只木桶装多少水的并不是最长的那块木板,而是最短的那块木板,在经济学中,将这种现象称为“木桶理论”或“短板理论”。此外,“木桶理论”还有两个推论:①只有桶壁上的所有木板都足够高,木桶所盛的水量才能最大化;②哪怕只有一块木板的高度不够,也会使水桶能盛的水量有所减少。

经济学家们常常使用这个理论来说明经济活动中的这样一种常见现象:整体的绩效往往会被最薄弱的环节影响,甚至拖垮、全面溃败。因此,在资源配置的过程中,人们更应该在薄弱环节上下工夫,这样才能实现配置的最优化。

2003年年底,罗德基思作为美国大联盟职棒西雅图水手队的明星球员,一度成为许多球队哄抢的对象,因此,罗德基思的条件也开到了让人觉得不可思议的程度:他要求2000万美元的年薪,而且在训练场他要拥有自己专属的棚子,要有供他自由使用的私人飞机。最后,原本对罗德基思势在必得的纽约大都会队最终决定放弃。其实,以纽约大都会队的财力来说,是完全能够满足罗德基思的条件的,但是他们仍然决定放弃,因为在他们看来,如果答应罗德基思的条件,也就等同于默许罗德基思独立于球队之外,自成一格,这对整个球队的影响是非常不利的。他们需要的是一支25个球员密切配合、团结一致的球队,而不是24个球员加上1个特殊球员,这样的球队形同散沙。

世界著名管理顾问奥斯汀指出,在企业的管理中,如果过多地关明星员工,而忽略了超过公司员工半数的一般员工,会使得团队的士气低落,导致明星员工才能的发挥与团队合作两者之间失去平衡。奥斯汀认为,明星之所以是明星,是因为他们和一般人处于不同等级,他们需要的是不断提高标准,以超越自己,因此超级明星很难成为服从团队合作的人。

主管应该明确知道在个别的明星员工和一群默默耕耘的普通员工二者之间,谁对公司比较重要;要懂得善用明星所长,同时也不扼杀其他员工的贡献。同时,作为一个优秀的管理者,必须擅长发现自己管理工作中的“短木板”,敢于揭短,善于补短,才能使得所带团队的工作效率和经济效益从整体上有所提高。

那么,对于行走在职场中的一般人来说呢?短板效应的原理照样适用。通常情况下,天赋、兴趣、专长、性格、意志、机遇等这些个人特质都是成功所不可缺少的要素,就是这些诸多的、参差不齐的“木板”组成了“成功”的水桶,所取得的个人成就的大小与每一项个人素质都有关。

由于木桶理论的存在,一人的短处有“多短”往往成为了其成就大小的决定性因素,而长处只代表适合在这方面发展而已。因此,如果要想取得人生的巨大成功,就必须把自身的短板补齐,这样长板的作用才能得到发挥,而我们人生的木桶才能清澈盈满。



路径依赖：拿出勇气来改变

在职场中奔波了几年的你,或多或少都听到过,或者有过这样的疑问:对自己的工作感到不满意,为什么却仍然在继续,而没有更换?为什么那些拥有良好职业习惯的人成功容易,而对于没有具备良好职业习惯的人来说,成功就那么难?

其实,这所有的困惑,都可以用路径依赖理论来解释。

美国经济学家道格拉斯·诺斯是明确提出路径依赖理论的第一人。他因为运用路径依赖定律成功地阐释了经济制度的演进规律而获得了1993年的诺贝尔经济学奖。

诺斯认为,事物一旦进入某一路径,就可能对这种路径产生依赖,依赖的产生则是报酬递增和自我强化的机制使然。换言之,人们一旦选择走上某一路径,就会在以后的发展中不断地自我强化,沿着既定的路径,经济、政治、个人都可能进入良性循环的轨道,迅速优化;然而,如果一开始选择的路径就是错误的,那么就有可能沿着错误路径往下滑,甚至被“锁定”在某种无效率的状态下,从而导致停滞,而想要从“锁定”状态脱身是十分困难的。

现实生活中,有许多路径依赖现象的例子,其中,马屁股的影响是最足以说明路径依赖规律的。

我们都知道火车行驶的铁路两条铁轨之间的标准距离是四英尺又八点五英寸,为什么不是别的什么宽度,而要采用这个标准呢?原来,最早

的铁路是由建电车的人设计的,而电车的标准轮距正是四英尺又八点五英寸。

那么,电车的轮距为什么要确定为四英尺又八点五英寸呢?这是因为最初的车是由造马车的人设计的。

马车又为什么采用这个轮距标准呢?据说这是因为英国马路上的车辙痕迹的宽度是四英尺又八点五英寸,如果马车用其他轮距的话,轮子很快会在英国的老路上被撞坏。

这些辙迹的距离又是怎样决定的呢?这些古老的马路大都是由古罗马人为他的军队铺设的,而他们的战车的宽度就是四英尺又八点五英寸。而战车的宽度是由拉着战车的两匹马的屁股的宽度所决定的。

马屁股的影响还不止于此。就连美国航天飞机燃料箱两旁的两个火箭推进器的距离也是四英尺又八点五英寸。

由此可见,对于一个人的职场生涯来说,一个对的“人行”,一个好的开始有多么重要,因为一个人一旦习惯了某种工作状态和职业环境,并且产生了依赖性,那么即使后来发现一开始的选择并不适合自己,此时再想要重新作出选择,会丧失许多既得利益,甚至是大伤元气,从此一蹶不振。因此,没有一个好的开始,是很难有所作为的。

“少成若天性,习惯如自然”,在职业生涯中,要摆脱路径依赖的影响是非常困难的。一旦选择了自己的“马屁股”,那么事业轨道可能就只有四英尺八点五英寸宽。虽然,随着时间的流逝,我们可能会对这个宽度不满意,但是却已经很难改变它了。所以,在开始时慎重选择“马屁股”的宽度是非常重要的事情。

当然,路径依赖的“魔咒”,并非全然不能打破。就像陈鲁豫,在摩根士丹利做得得心应手,完全就是处于职业生涯的最高峰,但是她仍然摆脱了

“路径依赖”，重新做出了自己的选择，并且在凤凰卫视拥有了自己的一片天地。还有施瓦辛格，他也摆脱了影坛霸主的身份，走上政坛，开启了自己职业生涯的崭新一页。由此可见，只要有足够的勇气和信心，路径依赖所产生的禁锢并非不可突破。

总之，如果你正在选择自己的“马屁股”，那么就请慎重吧！如果你正对自己的职业感到不满，那么就请拿出勇气和信心去努力改变它吧！



二八法则：做主角，还是跑龙套

在 1897 年，意大利经济学家维尔弗雷德·帕累托在对当时英格兰地区财富与收入的分配模式进行观察的过程中，他偶然发现，80% 的财富和收入被抽样调查的人里的 20% 所占有着。

看到这种奇怪的现象，帕累托进一步研究而得出了“重要的少数与琐碎的多数”原理，即按照事情的重要程度来编排行事优先次序的准则。因为在原因与结果、投入与产出、付出与回报之间有一种内在的失衡，在任何特定群体中，那些具有重要作用的因子通常只占少数，而大部分的都是不重要的因子，因此，人们可以通过对具有重要性的少数因子的控制来掌控全局。

经过多年的演化，这个原理就变成了当今经济学界所熟知的二八法则，又叫“80/20 原理”。

有这样一句大家都非常熟悉的话：“美国人的金钱装在犹太人的口袋里。”为什么会有这种说法呢？

在犹太人中，广泛流传着 78 : 22 的宇宙法则，他们认为，世界上许多事物，都是按 78 : 22 这样的比率存在的。比如空气中含有 78% 的氮气和 22% 的氧气及其他气体；人体中，水分占 78%，其他占 22%。在生存和发展的道路上，他们始终坚持这个法则，把精力用在那些 22% 的主要因素上，因此，他们做什么都最见成效，也才能拥有那么多的财富。

现实中，二八法则影响着社会生活的各个方面。在企业经营中，利润

的 80% 是由 20% 的项目或重要客户所带来的;在经济领域,20% 的人拥有 80% 的财富;在心理学研究领域,人类 80% 的智慧集中在 20% 的人身上……推而广之,我们可以得出这样一个普遍真理:在任何大系统中,该系统中约 20% 的变量 80% 地决定了产生何种结果。

了解了二八法则的主要内容,每个人都应该至少会得到一个重要启示,便是:如果将时间和精力花在琐碎的多数问题上,那么你花了 80% 的时间,也只能取得 20% 的成效;如果将时间和精力花在重要的少数问题上,即使你只花 20% 的时间,也有可能取得 80% 的成效。

威廉·穆尔是美国著名企业家,然而,当他在为格利登公司销售油漆时,第一个月的收入仅有 160 美元。为了取得业绩上的突破,他分析了自己的销售图表,他发现自己 80% 的收益是由 20% 的客户所带来的,而他却在每一个客户身上都花了相同的时间,也就是说,他付出的时间有 80% 都浪费掉了。

在深入研究了二八法则后,他采取了有针对性的措施,他要求将由他负责的最不活跃的 36 个客户重新分派给其他销售人员,而他则将自己的精力和时间都花在最有希望的客户上。不久,他一个月就赚到了 1000 美元。穆尔将二八法则贯穿于自己的工作中,就这样,他最终成为凯利穆尔油漆公司的董事长。

在经济学世界,二八法则就犹如风景中的一块奇石。虽然至今也没有人能够解释它的原因,但是却没有怀疑它的正确性。许多世界著名的大公司都非常重视二八法则。比如,通用电气公司永远把丰厚的酬劳和机会提供给那些工作中表现最出色的人,这使得员工们的工作更快、更出色了。摩托罗拉公司认为,在 100 名员工中,工作做得最好的前面 25 人和最后面 25 人是非常重要的,应该做好这些员工的工作:对于最后的 25 人,要多给

他们发展的机会,对于前面的 25 人,要设法保持他们的激情……

在职场中,主角永远只有 20%,他们可以得到公司管理者 80% 的关注、80% 的福利和待遇;而龙套却占 80% 之多,他们只能享有全部职场资源的 20%。因此,想要过得轻松,不做一辈子跑龙套的,就要将自己的主要精力和时间放在那些能够影响自己职业生涯的 20% 的事情上,努力把它们做到最好,这样才能成为那 20% 的关键,享有 80% 的资源。



内卷化效应：你总是原地踏步的原因

王琳是一家广告公司的行政助理，虽然公司规模不大，但是在广告界也算小有名气，所以王琳倒也不为公司的前景担忧，真正令她忧虑的是：在她工作的两年中，公司不断地招兵买马，其中不乏一些很优秀的新员工，而她在这两年中事业却停滞不前，依旧是个“不起眼”的行政助理，这让她害怕被淘汰。

李涛从刚开始干销售的时候，就拥有很好的业绩，那时候他就是同批销售人员中的佼佼者。然而几年过去了，一起入行的同事不少人都进步飞快，业务能力有了很大的提升，而自己却仍然停留在一开始的水平上，原地踏步。这让他感到非常苦恼。

.....

职场中，有许多人都会像上文中的王琳和李涛一样因为无法进步、没有突破而苦恼忧虑。那么为什么会停步不前？是天赋所带来的局限，还是个人努力不够，还是上苍不给他们机遇？

其实，这种现象与经济学中的“内卷化效应”密切相关。

20 世纪 60 年代末，美国人类文化学家利福德·盖尔茨在爪哇岛生活时，曾潜心研究过当地的农耕生产。他发现，那里的农业生产一直停留于一种简单重复、没有进步的轮回状态，他将这种现象称作“内卷化”。由于这种现象的普遍性，“内卷化”这一概念也被广泛地应用到了政治、经济、社会、文化等各个领域的研究中。准确地说，内卷化是指，一个社会或组织长期以来一直在一个简单层次上自我重复，既没有变式的发展，也没有渐

进式的增长。

一旦一个人在自己发展的道路上陷入到内卷化的泥沼中,就会一直在一个简单的层面上无休止地原地踏步、自我消耗、自我重复,而无法向前发展。上面例子中提到的王琳和李涛就是因为陷入了自身的内卷化效应中而停步不前的。

那么,陷入内卷化状态的原因究竟是什么呢?其实,进入内卷化状态的根本原因是社会组织或个人所具有的精神状态。观念决定出路。一个自怨自艾、不思进取、不求改变、不谋开拓的组织或者个人非常容易陷入内卷化状态之中原地不动、甚至倒退。

某电视台曾做过一个报道:

记者问一个陕北的放羊小孩:“你为什么要放羊?”

小孩回答:“为了卖钱。”

“有了钱,又干什么?”记者又进一步问。

“有了钱娶媳妇。”

“娶了媳妇干什么呢?”

“生孩子。”

“生孩子干什么呢?”

“放羊。”

这个陕北放羊小童的话是很多传统思想观念的一个缩影。有许多人仍然受到这种观念的束缚。比如,生活在不发达地区的人们许多仍然还过着“三亩地一头牛,老婆孩子热炕头”的农耕生活;而在城市中工作的人也有不少人甘愿守着一份不多不少的薪金过安逸的日子,却不愿意为了一个突破去冒险、去拼搏。

人们常说,一个人的视野决定了他的命运。换言之,如果你给自己的定位是个小职员,那么你这辈子就可能很难突破小职员的上限;相反,如果你认为自己这辈子能有大的作为,那么,你就会为你的目标付出行动,到时

也许会真的有所作为。

基思·鲁珀特·默多克是英美澳多家公司董事长,他控制了澳大利亚 2/3 和英国 1/3 的报纸发行量。由于受到作为战地记者和出版家的父亲的影响,默多克从小就对新闻行业充满了兴趣。然而,在默多克毕业的时候,父亲的产业经营出了问题,面临被拍卖的境地,他毅然承担起挽救家庭产业的责任,不到一年的时间,他就实现了扭亏为盈。然而,他并没有让自己局限起来,而是为自己规划了一个新闻王国,默多克果断地聘用没有新闻从业经验的彼得,有了彼得的协助,默多克以一种近似疯狂的管理模式快速地向外扩张,当他到了 50 岁的时候,他已经控制了澳大利亚和英国大部分的报纸。

然而,即使取得了这样的成就,默多克也仍然不甘心就此原地踏步。很快地,他又成立了新闻集团,并聘用“疯狂的公牛”罗杰。此后,他又建立了自己的电视传媒王国——福克斯电视网 (Fox);当互联网时代来临,默多克又与日本一家公司合办了专门拓展互联投资的软银公司;2005 年,他又以 5.8 亿美元现金收购当时 MySpace 的母公司 InterMixMedia,开始在网络新闻博客和网络社交领域攻城略地、扩大疆土……

默多克说:“每当我成功地攀越了一个顶峰时,我都会反复提醒自己:要勇敢地再向前迈一步,不能原地踏步、故步自封。”就这样,默多克,从未满足,从未为自己的发展设限,因此,他从未陷入内卷化状态的窘境,总是能不断地取得更加巨大的成就。

现实中,只要你能把自己过去的成绩归零,不断地去超越、向前,就一定不会使自己陷入内卷化的窘境,一定能够不断地取得成就,拥有成功的人生。



马太效应：为何收入越高的人薪水涨得越快

罗伯特·弗兰克在其著作《牛奶可乐经济学》中曾提到：第二次世界大战后，人们的收入呈现高收入者的收入越来越高，而收入阶梯低层的人则没有太大的进步。当前，中等工资者的实际购买力与 1975 年的情况相比并无太大差异，但 1% 的收入最高的人，其收入却比 1975 年翻了三番，而且收入越是高的人，其收入增幅也越大。以美国大企业的 CEO 为例，在 20 世纪 80 年代时，他们的薪资比普通工人只高 42 倍，然而，如今却高出了 500 倍。

为什么薪资待遇的增长速度会有这么大的差别，为什么收入的差距在不断地被拉大呢？其实，经济学中的“马太效应”能够给我们一些启示。

在《圣经·新约》的“马太福音”第二十五章记录了这样一个故事：一个国王要出外远行。这天，他叫来了他的三个仆人，给他们每人一铢银子，让他们利用自己不在的这段时间去做生意。不久，国王回来了。三个仆人来拜见国王。第一个仆人说：“主人，我利用您给我的一铢银子，赚了十铢。”于是，国王奖励他十座城邑。第二个仆人说：“主人，我赚了五铢银子。”于是，国王奖励他五座城邑。第三个仆人说：“主人，我一直珍藏着您给我的那铢银子，您看，它没有丢失。”于是，国王将第三个仆人拥有的唯一的一铢银子也赏给了第一个仆人，并且说：“凡是少的，就把他拥有的全部夺过来；凡是多的，就给他更多。”

在上面这个故事中,国王对待三个仆人的方式是:“凡有的,还要加给他叫他多余,没有的,连他所有的也要夺过来。”虽然三个仆人一开始的财富是一样的,但是到了最后却有了天壤之别。而这么巨大的差距是通过两个阶段来形成的:

第一个阶段是国王回来前,他们凭借各自的本事和努力去做生意,这时,由于自身的因素,差距就已经开始产生了,但并不是太大;

第二个阶段是国王回来后,国王根据他们的表现对他们进行奖惩,在这种外力的驱使下,他们之间的差距进一步拉大。

值得注意的是,第二个阶段是第一个阶段的连锁传导,而第一个阶段是第二个阶段的基础。所以,差异虽然是逐步产生的,但是却是从自身开始的。

这就是马太效应,强者会越来越强。马太效应是美国科学史研究者罗伯特·莫顿 1968 年提出的,本是用以概括“人们愿意帮助声名显赫的强者”的一种社会心理现象,后来被引入经济学领域,用以描述这样收入分配不公的经济学现象:贫者愈贫,富者愈富,赢家通吃。

老子在《道德经》中曾说:“天之道损有余而补不足,人之道则不然,损不足以奉有余。”这也是“马太效应”的一个反映。此类经济现象屡见不鲜,比如,在股市楼市狂潮中,庄家总是最赚的,散户总是最赔的;富人有资本,资本越多,赚钱越快,穷人没有资本,缺少赚钱的机会;富人有钱,能够享受到更好的教育和发展机会,而穷人由于经济原因,个人对知识技能的掌握会受到一定的局限。在这样的情况下,富者越来越富,穷者越来越穷,贫富差距也就越来越大。

在职场中也是同样的道理,工作表现好的人,能够得到好的发展机遇

和高薪水,有了好的发展机遇,能够接触到更多的人和事,就自然会有更大的机遇在后面等待;有了高薪水,就有钱让自己进修,结识更多的、更高层次的人,自然就能让自己的事业更上一层楼。这就是为什么职场中,高收入者的薪水比普通人长得更快,高职位的人比普通人晋升容易的道理。

“马太效应”告诉我们,在职场中,从一开始就想方设法地获取成功是多么重要的事情。任何个体、群体,一旦在某个方面获得成功和进步,就会产生积累优势,进而拥有更多的机会去获取更大的成功和进步。



天使基金：帮你实现创业梦想

年轻的你，斗志昂扬，胸怀激情，想要在事业之路上大展拳脚。你有创意、有能力，却不能开创出自己的事业，因为你缺乏资金。你想过贷款、想过找人借，但是都未成功。那么，如何才能更加容易地获得创业的资金呢？

相信，“天使基金”一定能够帮上你的忙。天使基金与其他基金一样，它是一种风险投资，特别之处在于它是专门投资于企业种子期、初创期的。它专门为萌芽中的中小企业提供“种子资金”，能够帮助这些企业脱离苦海、摆脱死亡的危险，可以说是面目最“慈祥”的风险资金。甚至某些天使基金并非来自企业或者机构，而是来自于资本市场中那些腰缠万贯的投资家们的个人存款，因此人们给了这种基金一个崇高的名称——“天使基金”。

虽然被称为天使基金，但也是以赢利为目的的，因此，天使基金往往更青睐具有高成长性的科技型项目，项目收益率大多在 50 倍以上，超过万倍的收益也不在少数。正是由于天使基金风险投资的对象通常是高新技术企业，所以它被誉为是高新技术企业发展的“引擎”。

硅谷是美国高科技企业最集中的地方，而它的成功离不开天使基金的帮助。诸如英特尔、惠普、思科、Apple、Google 这样著名的高技术领域的跨国企业，都是从硅谷开始其创业的历程的。

苹果电脑创始人乔布斯充满激情的成功创业经历，一直以来都被人们津津乐道，是许多创业粉丝们夜夜挥之不去的梦想。然而，他也曾碰到过缺乏资金的问题，幸好有天使基金的帮助，他才得以鹏程万里。

1976年,史蒂夫·乔布斯卖掉了自己的大众汽车,凑了1500美元;沃兹也卖掉了自己最心爱的HP可编程计算器,换得250美元。就这样,苹果电脑公司成立了。乔布斯和沃兹雄心勃勃地准备大展拳脚。不久他们就研制出了Apple II的原型机,这使得他们意识到成为赢家的机会来了。然而,由于Apple II原型机每台的制作成本高达数百美元,因此他们无法进行大批量的推广。要怎样才能解决资金问题呢?

1976年8月,经由Atari公司老板介绍,他们结识了已经退休的风险投资家麦克·马库拉。马库拉对乔布斯的产品印象非常深刻,鉴于对前景的看好,马库拉决定重新出山,他投资了92000美元,帮助乔布斯他们修订了业务市场计划。同时,还承诺,如果需要的话,他还可以继续投资250000美元予以支持。这无疑为苹果公司的发展提供了可靠的资金支持,靠着这笔天使基金的风险投资,乔布斯终于开创出今天独一无二、无与伦比的“苹果”。

是的,好的创意和商业计划能够为你换来创业的资金,这就是天使基金。

今天,百度公司拥有全球最大的中文搜索引擎,一举超越新浪、网易成为中国第一大互联网门户网站。百度不仅在国内名气很大,就是在国外也是鼎鼎有名的。2005年,百度公司一在美国上市,就以150美元的天价创下了中国IT公司在美国股市的纪录。然而,这些傲人的成就也是与天使基金的支持分不开的。

1999年,李彦宏创立百度公司之初,就得到了美国硅谷120万美元天使基金的资助。正是这笔关键性的风险投资造就了今日的百度。

今天,创业的门槛越来越低,但是创业的道路却越来越难走,尤其缺乏资金更是难中之难,寻找资金是一个非常艰苦的过程。虽然创业者们可以通过好的创意来获得天使基金的资助,但是,用创意来获得风险投资并不是一件容易的事情,这其中大有学问。

好的创意欲寻求风险投资的支持,关键就是让风险投资者相信自己能够通过这个投资获利。作为一种特有的风险投资方式的天使基金也不例外,它所支持的,一定是那些有发展前景的,并有一批优秀的技术人才和经营者以确保能够顺利实施的项目。你在与风险投资者接触时,你首先需要了解对方对你的项目是否感兴趣,同时,要对自身是否符合对方的要求进行评估,主要评估内容包括:①对项目或企业业务的竞争优势和成长性的评估;②对项目或企业管理层每一位主要成员的资历及承担任务的能力的评估。通过评估,如果你确信自身的条件符合对方的要求,那么就准备一份商业计划书,详细论述你的融资项目的先进性、成熟度、市场状况和预测、生产及营销可行性、经营团队和管理、成本构成和投资利润等。

当然在你寻求天使基金支持的同时,你与风险投资者的接触过程也关系到你能否成功地为自己争取到资金支持。无论你的创意有多么好,人们总是愿意去帮助那些自己喜爱的,而拒绝提供帮助给自己讨厌的。也就是说,你还需要尽可能地获得对方的好感。

无论如何,如果你正准备自己创业,正跃跃欲试地准备打造自己的一番天地,但是由于资金的缺乏挡住了你的前路,那么,就不妨去试着申请天使基金吧!



财务自由：你为什么而工作

每天被繁多的工作包围着,你马不停蹄地工作着,希望有一个美好的明天。但是,在忙碌的同时,你是否想过这些问题:你这样辛劳地工作是为了什么?除了工作,你的生活是否应该更为丰富?你对现在的生活满意吗?你未来有什么计划?对自己的财务状况是否有安全感?如果有一天你无法再继续工作,你有充分的财务保障吗?你能够掌控自己的时间和经济状况吗?你想要多出一些同家人朋友相处的时间吗?

专家们认为,在这个世界上,大多数人工作的最终目的都不是为了金钱而是为了实现财务自由。当你真正实现财务自由的时候,你就不会被这些问题所困扰了。那么,到底什么是财务自由呢?

通俗地说,财务自由,就是如果你不工作,仍然不必为金钱而发愁。当工作不是你养家糊口的唯一手段,你拥有其他的投资收益的时候,你不必每天为生计而奔忙,能够随心所欲地去做你想做的事情,这时,你就达到财务自由了。当然,这并不意味着你拥有的钱越多,你就越自由。

如果你对什么是财务自由仍然不甚了解,那么,你可以听一听美国第一的理财大师,被誉为“全球最出色,最富有激情,也是最美丽的个人理财师”的苏茜·欧曼的说法。这位理财专家的身价之高并不比明星逊色,如果你想和她共进晚餐,你需要支付1万美元的费用。也许你觉得这太昂贵了,但是人们仍然趋之若鹜,要知道如果你能从她那里获得理财建议,那么因此而带给你的财富收益可能远远超过1万美元。她具有非常卓越的理财才能,她被《今日美国》杂志称作是“个人理财的发电站”。她在接受《钱周刊》

采访时,给出了什么是财务自由的答案。

真正的财务自由是你能清楚地知道自己需要的、想要的和自己所拥有的,并且不为之而忧虑。你知道你明天有生病或者被炒鱿鱼的可能,但是你并不为之忧虑,因为你已经有充分的存款可以在一段时间内维持你舒适的生活;你知道终有一天自己会老去,再也没有经济收入,但是你仍然可以生活得很舒适,因为你早已经有了充分的经济保障;你不必为了多挣那么一点钱,而勉强自己放弃安逸的假期、放弃与亲人团聚的机会……

财务自由不等于所有的男士都戴着劳力士,开着名跑车,不是所有女士都拎着LV,住千万豪宅;而是不因为财务状况而使自己的生活变得不自由。如果你喜欢时尚,你可以去世界时尚元素汇集的巴黎;如果你喜欢宁静和自然,你可以去西藏;做自己想做的事情,而不会说“我没有钱,等几年再说吧”。

有足够的钱给自己一个无忧的生活,同时也懂得享受生活,让钱为自己服务,让钱帮助自己做想做的事,这才是真的财务自由。

罗伯特·T.清崎在《富爸爸财务自由之路》一书中揭示了人生的四种财务自由情况:①雇员:依靠自己的劳动获得有限的经济收入,财务处于完全不自由状况;②自由职业或是小业主:同样依靠自己的劳动获得收入,但是其自由程度要比雇员强很多,拥有小自由;③企业家:他人为其创造收入,在财务方面拥有很大的自由;④投资者:通过投资获取被动收入,是财务大自由者。

由此可见,我们工作的目的不能是为了工作而工作,也不能是为了钱而工作;而应该是为了财务自由而工作,在努力工作、试图走出一条“雇员——自由职业者或小业主——企业家——投资者”的财务自由之路的同时,也不能忘记停下来休息、停下来享受生活。



人才经济学：21 世纪，什么最重要

秦末，群雄逐鹿，涌现了一大批英雄豪杰。其中就有至今依然被人们津津乐道的韩信。韩信曾仗剑投奔项梁大军，后项梁兵败，韩信归附项羽。无奈项羽并不器重韩信，因此尽管他屡次献计，却都不被采纳，韩信不得志之下转而投奔刘邦。虽得汉军大将夏侯婴向刘邦力荐，却仍然未得到重用。在等待被赏识的过程中，韩信多次与萧何论兵，使得萧何对韩信的军事才华有了很深的了解。当刘邦行军至南郑时，韩信面对当空明月，有感于前程渺茫、报复难展，万般失落地策马离去。萧何听说后，不顾当时正是深夜，立刻策马追去，天至拂晓时，终于追上了韩信，并再三恳求韩信留下来。萧何追回了韩信。后来，经过萧何的力荐，刘邦终于开始起用韩信。在刘邦收复关中的过程中，韩信展现了自己无与伦比的才能，进而得到刘邦的器重。就这样，刘邦在萧何、韩信等人的辅佐下终于一统天下，建立了西汉。

这就是“萧何月下追韩信”的故事，古往今来一直都被传为佳话。由此可以看出人才的重要性。随着时代地不断发展，今天，对人才的重视已经上升到“人才经济学”的高度。那么，人才经济学到底具有哪些内涵呢？

要了解人才经济学就要首先明确“人才”的概念。那么到底什么是人才？首先，人才属于劳动者，但却不是一般的劳动者。与普通劳动者相比，人才具有“三高”：“高质量”、“高素养”和“高能量”。古语说“千军易得，一将难求”，求的就是“一将”这样的高质量人才。我国著名核物理学家钱学森就是难得的人才。当年他从美国归国的时候，受到了美国当局的百般

阻挠,将他扣留了五年之久,其原因就是因为他是人才。有位美军高级将领说:“宁愿枪毙钱学森,也不愿意他回到中国。”因为钱学森是“一个人可以顶五个师”的人才。而他回国后,确实对中国“两弹一星”的成功起到了至关重要的作用。这就是人才,人才所能释放出的能量往往是一般人无法相比的。

那么,人才在市场经济中又起到了怎样的作用呢?我们知道,在市场经济下,市场的竞争取决于产品的竞争,谁能产出让客户满意的商品,谁就能占领市场,从而取得市场竞争的胜利。但是,只有懂技术、懂管理、深谙市场规律和消费者心理的人才方能生产出让客户满意的产品。因此,从根本上说,市场的竞争就是人才的竞争,谁拥有了人才,谁就能在市场竞争中取胜。

人才是一种稀缺的经济资源,从长远来看,人才永远处于供不应求的状态。例如,在IT行业,多年来轮番上演争抢软件人才的大戏;近几年,中国模具工业高速发展,在广东、江苏、浙江、山东等模具工业发达的地区,模具数控技术人才成了企业追着疯抢的对象。总的来说,人才市场始终处于买方市场,在人力资源市场中,企业对人才的投入,具有高成本、高效益和高风险的特点。

为了能够拥有人才,企业可以付出高薪、股份、红利、高职位、高福利等一系列昂贵的代价。这是因为人才有可能为企业带来巨额的利润。一个人才的薪资待遇可能达到每月过万元,但同时,他所负责的项目也有可能为企业带来上千万元的收益。当然,人才投资也是具有风险的,如果企业花许多物力而拥有了一名人才,而这名人才却因为某种原因而离开,或者并不能为企业带来实质性的收益,那么企业在这名人才身上的投入也就没有了回报,其投资收益就为“0”。

企业是人才的买方,它们注重人才,但更加注重人才的成本。要知道,企业是逐利的,而利润对应成本。企业付出成本购进人才,如果人才无法

为企业带来效益的话,那么企业就很有可能会辞退他。例如,企业不惜成本,以很好的职位和薪资为条件挖来了一个高级管理人才,然而,这名人才无法融入企业特定的文化之中,他的管理理念和管理方法始终与企业显得格格不入,无法为企业带来效益,那么,企业就很有可能辞退他,转而寻找与自身文化相符、能为企业带来效益的人才。

社会发展到今天,竞争日趋白热化,归根结底,是人才的竞争,就像葛优在《天下无贼》中的一句台词所说:“21 世纪什么最重要? 人才!” 所以,要想让自己脱颖而出,就要把自己培养成真正的人才。



注意力经济学：赢得上司的关注资源

在职场中,晋升快、薪水高的人总是非常让人羡慕。然而,在羡慕别人的同时,你一定也曾感叹怎么自己就没有这样的机会。其实,在这些职场红人升职加薪之前,他们就已经靠自己的表现吸引了公司高层的注意,这样一来,升职加薪也就成为了顺理成章的事情。也就是说,要想升职加薪,在企业中就一定不能如同透明人一样让人视而不见,要努力抓住上司和同事们的视线,这样才能获得提升的机会。而其中的道理,我们可以用“注意力经济学”来加以阐释。

首先对“注意力经济学”进行理论阐述的是1978年诺贝尔经济学奖的获得者——著名管理学家赫伯特·西蒙。他认为,由于产品和信息过剩而导致注意力稀缺,因此产品、信息的提供者如果想要成功推销自己的产品和信息,就一定要千方百计地获取和保持消费者的注意力。

在注意力经济学中,公众的注意力被视为一种经济资源,公众将消费自己的注意力资源去接受信息。一般来说,好的信息能够吸引公众的注意力,并且使其得利,比如一个精彩的笑话能够让注意它的人捧腹大笑,拥有好心情;而坏信息虽然也能吸引公众的注意力,但是却会让消费注意力的公众受到某种损害,比如某个人失态的言行会引起他人的注意,但是却会造成心理上的负面影响;而那些无所谓的信息,则很难引起人们的注意。

在职场上,上司的注意力资源是有限的,而所有的员工都等着得到上司的注意和青睐,这样一来,上司的注意力就成了稀缺资源。然而,对于这样的稀缺资源,谁能够得到,谁就能拥有晋升的机会;而那些未曾使上司在

自己身上消费过注意力的员工,提升空间就很小。一般来说,那些不易引起上司注意的员工主要有以下类型:

1. 伴郎型。这类员工拥有良好的工作能力,但是由于其自身处事态度消极、出人头地的欲望不强,因此往往无法充分发挥出自己的潜能。这当然很难得到上司的注意,其升迁晋级也就不会那么顺利。

2. 黄牛型。这种员工最大的特点就是不懂得拒绝别人的要求。只要别人请他帮忙,他就一定会笑着答应,即使会影响自己的本职工作,他也不会拒绝,这样一来,自己的本职工作做不好,自然就很难得到上司和领导的赏识。

3. 幕后型。幕后型员工工作认真负责、任劳任怨,但是由于不懂得如何吸引上司的注意力,最后往往落个为他人作嫁衣的下场。

4. 不满型。这种员工虽然工作努力,但却总有说不完的抱怨。这种信息在注意力经济上起到了副作用,虽然能够得到上司的注意,却会招来上司的反感,因此而失去了晋升和加薪的机会。

5. 敌视型。这种员工可能具有某方面的才能,因此而自信过度。他们有突出的工作表现,却看不起同事,常常对他人横加干涉,他们很难融入公司的文化氛围之中,与同事和谐相处。因此,他们虽然能够得到上司的注意,但却并不能讨得老板的欢心,而升职和加薪也就成了难事。

从注意力经济学的角度来看,这五种员工,虽然表现各异,但都不懂得如何利用资源为自己带来正面的收益,他们或者不懂得如何利用资源获得他人的注意力;或者向他人传递了不良信息,虽然得到了上司的注意力,但是却也引起了他们的反感,结果使自己的利益受损。那么,应该如何应用注意力经济学,得到上司的注意,为自己的晋升和加薪创造机会呢?

要想抓住别人的视线,而且还要产生正面效果,下列这些方法能够帮助你。

1. 积极露脸。首先,要尽可能地多出席一些公司会议、多参加公司的

各种活动,让上司知道有你这么一个人;接着,试着多做一些富于技术含量的工作,要敢于在众人面前提出与众不同的、新颖精彩的见解。

2. 勇于担当。当有其他员工不愿意做的工作时,站出来,担当起重任。这样,你不但能够得到上司的注意,而且,一旦你将事情做成功,那么上司必然对你另眼相看;即使你没有完成任务,上司也不会责怪你,也同样会觉得你是个有担当、愿意为公司出力的人。

3. 善用新事物。在做好本职工作的前提下,积极利用公司的新事物,做敢吃“螃蟹”的第一人,并且将使用的心得及时地反馈给公司。例如,公司新开了一个内部网络论坛,你大可积极地在论坛上发表一些积极的言论和观点。

作为企业的员工,我们必须明确注意力经济学对我们的职业生涯有着极为深远的影响。我们要做到从心理上肯定自我,在工作中把握自我、表现自我,有力地控制他人的注意力消费,从而赢得上司的关注,为自己的晋升和加薪创造机会。



择业经济学：“冷门”、“热门”并无界限

小林是某名牌大学软件工程专业毕业的应届本科毕业生,由于自己学的是热门专业,因此他对自己的就业非常有信心,于是,他信心满满地先后递交了几十份简历并经历多次面试,出乎他意料的是,自己竟然还没有找到工作,而且系里的其他许多学友也碰到了相同的问题。这时,他不禁纳闷起来。软件工程不是时下最热的专业吗?为什么热门专业也会这么困难呢?

确实,软件工程是目前的热门专业,但是,一方面,随着计算机在中国的迅速普及,软件对于人们来说并不陌生,不少人都对软件有一定的了解,因此,人才市场上并不缺少懂得软件的人才,真正缺少的是高级、顶尖的软件人才;另一方面,由于软件专业的持续热门,许多高校都开设了软件工程专业,再加上人们一窝蜂地涌入,使得这方面人才越来越多,庞大的毕业生数量使得这个行业的就业形势变得严峻。由于这些原因,才出现了软件工程“热门不热”的现象。

与“热门不热”现象类似,在就业中,“冷门不冷”的现象也屡见不鲜。

某高校哲学专业的毕业生,由于对自身专业冷门的认知,平时就非常注意自身能力的培养,因此,他们大多数都不费力气地找到了工作,甚至有人在大三时就已经和用人单位签约;而其他被认为是人才需求量小的传统冷门——地质学专业的学生,还有诸如港口航道与工程、海洋地质等专业的毕业生的就业情况也很不错。

根据共青团中央学校部和北京大学公共政策研究 2008 年 7 月的最新

调查显示,被视为冷门的农学专业的就业水平高达 78.38%,是所有专业中就业率最高的;而哲学就业率达到 40.35%,历史学就业率达 51.85%。这些曾经被认为是冷门的专业反而呈现就业形势一片大好的现象。

正所谓“三十年河东,三十年河西”,冷门专业已经逐渐开始回温,不再像昔日那样被人冷眼相待了。而这种现象,一方面和冷门专业学生的自身努力分不开,另一方面由于对冷门专业方面的人才,社会需求比较稳定,随着大多数人涌向热门专业,冷门专业就出现了供小于求的现象,从而使得“冷门不冷”的现象出现。

作为个人,在“热门不热、冷不不冷”的经济形势下,在专业选择上,许多人都出现了失误,给自己的职业生涯造成了十分不利的影响。一项调查显示,上海 10 所高校的学生中有 65.8% 的学生对自己所选专业表示后悔。而在另一项针对 100 个工作了几年的职业规划咨询案例统计数据显示,有高达 75% 的人职业定位不清,遭遇发展瓶颈,这都是由于大学时专业选择失误造成的。

那么,我们应该如何选择自己的专业,以避免选择失误给自己的事业带来的不利影响呢?首先,在选择专业的时候,一定要避免这两个误区:

1. 了解不足。不少人在选择专业时,对专业了解不够,对专业名称望文生义,想当然地去理解专业内容,等到真正进入大学开始学习的时候才发现与自己想的不是一回事。曾有这样一篇报道,某大学生命科学专业的一位学生,因为对中国的命相学很感兴趣,他在报考前错误地认为生命科学专业就是研究《易经》、命理一类的内容,不曾想生命科学是关于人体、基因和解剖的科学,因此,他十分后悔自己的选择,但是除了学下去,他已经别无他法。

2. 盲目跟风。经济形势、就业形势都是动态变化的,而非一成不变的,因此盲目跟风并不能保证你所选择的专业一定具有竞争力。盲目跟风实在是一个不明智的选择。

在选择专业和自己所要从事的行业时,不仅要避开上面两个误区,而且还要有针对性地采用如下方法:

1. 根据个人的兴趣确定择业方向、制订明确的目标。比如,如果你喜欢一个人思考问题,不喜欢与人过多交往,那么你就应该选择基础学科,力图以后成为技术型或研究型人才。

2. 充分了解人才市场行情和就业形势,并根据当前的形势对未来的情况进行评估,再结合专家意见,根据自身具体情况初步规划自己的职业生涯,并朝着预定的目标努力。

3. 充分发挥自己的能动性,根据人才市场不断变化的供求情况,及时地对自己进行完善补充,加强自我的拓展实践,积极参加各种学习培训。这样,无论市场的变化如何,你都不会被淘汰。

总之,没有永远的热门,也没有永远的冷门,千万不要太拘泥于热门和冷门,选择自己喜欢想做的事,并投入其中,这才是上策。



职工福利：更有利于企业的发展

在20世纪80年代,但凡在国有企业的工会里工作过的人员,大都有这样的体会:在工会上班,逢年过节,给职工发放福利礼品是一项非常需要“创新”精神的工作。例如,每当“春节”快到来的时候,工会提前十来天召集大家一起讨论给每一位职工发什么礼品。那时候场面颇为热闹,大家献计献策、众说纷纭,最终会得出结论:给每人发一袋大米。大家就心满意足了。接下来第二年的“春节”到了,这套程序便会重复一遍。首先就是要保留一袋大米,或者是和一袋大米基本相当的其他礼品,但是创新一定要有的,往往会再要求别的,一定要有增加部分。最终决定:每人再加一壶油。于是大家又满意而归。

当然,现今的趋势是单位发放福利卡,员工到签约商户那里进行刷卡消费。当然也有其他消费方式,但无论什么样的消费方式,都是以自由、自愿为原则。这种福利卡涵盖商场、百货、娱乐、餐饮等领域,这些都预示了现代人的生活方式在逐渐趋于一种简约。比如车补、餐补、节假日补助等,都可以预存到福利卡中,就目前而言,中国各个城市也都有了基于本地的福利卡的独立商户体系。

以上所说的福利就是职工福利。确切地说,职工福利就是指职工所在的单位通过建设一个完善的集体福利设施、发放实物或建立各种补贴,以此改善职工的物质文化生活。它所面对的对象就是本单位的职工及其家属。“职工福利”不仅体现于实物、货币,而且还体现在其他很多方面。

需要指出的是,在谈论职工的福利时,需要弄清楚“福利”与其他几个

常见的名词有什么区别,以免混淆。

“津贴”:津贴是针对职工在特殊条件下的额外工作给予的补偿,如职务津贴、夜班津贴等,与“福利”相比,两者的最大差距是,津贴是现金形式固定来发放的,而福利是非现金形式的,如股票期权、培训、实物、带薪休假等,变动性较大。

“工资”和“奖金”:工资都是按照一定的制度、标准发放的,而“福利”相比之下就会显得随意一些。奖金其实也是工资以外的收入,但不能称为“福利”,因为它本身是根据员工贡献的大小发放,存在着某种竞争性,而“福利”则是不论贡献大小,没有竞争性的人人皆有份,平等性较突出。

在弄清楚这几个概念的区别后,大家就能更深入地认识职工福利。那么,对于员工和企业而言,职工福利到底具有什么意义呢?其具有的重要作用如下:

1. 增强职工本身的凝聚力,给广大员工“平等感”和“公平感”,这样有助于企业的稳定以及消除人员流动现象。
2. 提升员工的工作动力,促使员工努力工作。
3. 从经济学的角度上来讲,职工福利其实也是一种企业投资,而且效益更为长远。

随着经济建设的不断发展与完善,企业已经普遍地认识到企业生产效率与职工福利之间有着密不可分的关系,职工福利已被视为企业的一项重要的人事管理工作。

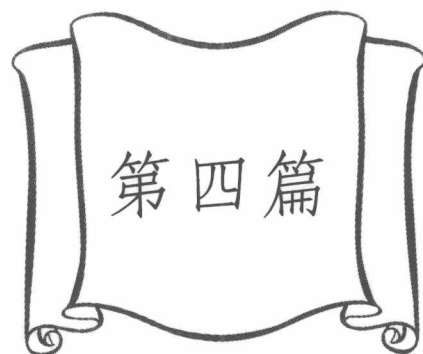
当然,现在仍然有些企业为了追求利润,降低成本,不尊重职工权益,忽视职工福利,这样势必会引起员工的不满情绪,从而损害企业的整体利益。下面这个典型案例就很值得人思考。

甘肃省张掖市某县的一煤矿公司,于2006年卖给了一个私营企业的老板。公司给其中一部分职工办理了下岗手续,另有一部分职工则被公司返聘,继续留下来上班,然而,这些员工得到的待遇却是每况愈下,常常不

能准时拿到工资、社保金等。以一位女职工为例,在公司被私人老板经营后不久,她要结婚,但是老板一开始是不准假。后来老板对她说,请假也可以,但是按缺勤处理,不仅会影响当月工资水平,而且会影响到年终奖金。结果该职工在结婚后的第三天就去上班了,但是三天假的工资依然被扣除。后来,该女工怀孕后回家待产,等她再次返回单位时,得知老板再次拒绝支付那三个月的产假工资。愤怒之余该女工这才向当地信访局反映了自己的情况。

现在,我国 GDP 在私营企业的贡献下每年都在持续递增,虽然私企老板功不可没,但这与私企员工的辛勤劳作同样分不开,他们的福利和待遇应该得到保证,这是一个不可忽视的社会问题,我国也是早就有相关法规。例子中的女职工的婚假和产假,都可以视作是与节假日等同的职工福利。对此,《劳动法》和《婚姻法》都有明确的条文:但凡属于合法的结婚者,都可以享受到3天的婚假权力,如果是晚婚(女年满23周岁、男年满25周岁初次结婚),还可以增加晚婚假10天;女职工的产假不得少于90天,其中有产前假期15天;职工婚假与产假期期间的工资,单位还要按照其正常出勤应得的工资来发放;上例中煤矿老板却将婚假算做员工缺勤,并扣除了她的年终奖金,还拒绝支付产假工资,这些做法都已经侵犯了职工的合法权益,职工完全可以向劳动监察相关部门投诉举报,并要求该单位赔偿损失。

伴随我国经济的不断发展,企业只会越来越重视职工福利。而那些背道而驰、自私自利的企业家毕竟只是少数,在职工福利上大部分企业做得还是很到位的。越来越多的人已经深刻地意识到:职工福利既有利于企业自身的健康发展,又有利于和谐社会的构建。



管理中的经济学





智猪博弈：大猪和小猪的选择

诺贝尔经济学奖得主,美国经济学家纳什曾经以“非合作博弈论”为基础,提出了这样一个智猪博弈的经济学案例:

有两头猪,一只大、一只小,它们住在同一个猪圈里。猪圈一头是食槽,另一头设有一个踏板,只有当踏板被踩动的时候才会有 10 单位的猪食掉进食槽里。也就是说,要想有猪食吃,那么大猪和小猪至少需要有一方去踩动踏板,而踩动踏板需要付出 2 个单位的劳动值。这样就出现了以下四种可能性:①大猪和小猪一起去踩动踏板,再一起跑回食槽吃食,大猪可吃到 7 个单位,小猪吃到 3 个单位,由于它们都付出了 2 个单位的劳动值,因此,最后大猪的收益是 5 个单位,而小猪的收益是 1 个单位;②小猪去踩动踏板,大猪在食槽旁静候,大猪可吃到 9 个单位,小猪只能吃到 1 个单位,这样,大猪的最后收益为 7,而小猪的收益为 -1;③大猪踩踏板,小猪在食槽旁静候,则大猪吃到 6 个单位,收益 4 个单位,小猪也吃到 4 个单位,收益 4 个单位;④大猪和小猪都不肯去踩动踏板,那么它们的收益就都为“0”,最后有可能都被饿死。

对于企业管理来说,智猪博弈理论是非常适用的,尤其是在中大企业和小企业之间的关系处理上。如果是小企业,那么耐心等待中大企业去“踩踏板”,这样才能获得生存和发展的机会;而作为中大型企业则有必要使用各种策略来诱使小企业作出有利于自己的决策。在市场竞争中,能够将智猪博弈理论运用得恰到好处,总能够成为赢家。

不少国外著名品牌对中国市场的切入都采取了智猪博弈策略。

2003年,美国百思买集团很看好中国市场,有意进入中国发展。然而,这家全球最大的家用电器与电子产品零售和分销及服务集团却只是相继在北京、深圳、上海设立了办事处,而始终没有开设实体店。当然,这是因为他们需要时间来对中国市场进行调研,但是,更加重要的是他们在等待国美、永乐等中国新锐企业花钱、花力气把中国家电零售市场的基础打好,然后再凭借其强大的财力,以低廉的价格采购我国家电产品在国际、国内市场上销售,从而获得更大的利润。

其实,不仅国外巨头精于此道,国内领先的公司同样很擅长玩智猪博弈的游戏。国内液晶电视市场的博弈就是一个典型案例。

2004年春天,以液晶电视为代表的高端彩电开始进入市场,但是,谁也不敢先来啃这块硬骨头,因为风险太大。第一,单款产品难以形成可靠的利润空间;第二,由于成本结构不稳定,液晶电视存在迅速降价的风险,一旦企业以高成本生产出彩电后,成本下价,将逼迫企业下调自己以高成本产出的产品价格,这于利润获取是非常不利的;第三,液晶电视是一种新产品,消费者对其认知度不高,这样一来,厂家想要销售出产品,就必须投入大量资源对消费者进行技术普及。在这种情况下,谁先杀进市场,无异于就扮演了“踩踏板”的角色。那么到底是“大猪”去踩动了踏板,还是“小猪”呢?

2004年5月18日,“大猪”阵营中的TCL公司在广州声势浩大地举行“开启中国大屏幕液晶电视新时代”的发布会。然而,发布会后,TCL并没有杀入市场,他们不慌不忙地顺利整合了汤姆逊的产业和渠道资源,整合了上下游资源,招募了大量平板专家,规划了全球研发和生产布局;相反,很多二三线品牌为了抢占先机、占领市场,快速作出反应,这些“小猪”们不仅投入巨资进行市场推广,而且仓促投建并不成熟的液晶生产线。在杀入市场的过程中,他们遭遇了许多无法想象的困难,但是却并没有为自己带来多少利润。

直到在液晶电视和CRT、等离子电视等产品的论战持续了一年以后,2005年初,消费者终于对液晶电视有了充分的认识,而国内高端彩电市场也已经成熟,“大猪”们这才开始行动起来、长虹的“感官革命”、TCL以“液晶七剑PK国际巨头”、康佳的“大平板、大娱乐”一下子就在市场中取得了优势。而SVA、厦华等二线品牌虽然投入了巨大的人力和物力,但是,当“大猪”们开始对市场出击的时候,他们就开始败退了,他们的市场占有率减少了20%~45%,而年初还非常活跃的三线品牌,则更是迅速地退出了市场。

就这样,由于成功诱使“小猪”们去踩踏板,TCL、康佳、长虹、创维等这些“大猪”不费吹灰之力地占领了市场。

在管理中,你清楚地定位自己的企业,认清自己是“大猪”还是“小猪”,并据此作出最有利于自己的选择,这样才能引导自己的企业在市场竞争中取胜,不被市场所淘汰。



企业管理：借鉴先进的管理经验

人们为了达到一定的目的,从而有组织地对管理对象作出的行为活动,就是人们常说的“管理”。而现代企业管理,则是指:为实现经营目标,企业依照现代管理的原则、程序和方法,对生产经营活动进行计划、组织和控制的过程。在这个过程中,要想使企业的运转效率最大化,就必须要有一流的管理水平。

经济发展至今,一方面企业内部的分工更加精细,不仅需要先进的生产技术,也需要不同部门之间紧密合作;另一方面企业面临的市场竞争日益复杂,从新产品的竞争到新技术的竞争,再到价格战,各种各样的竞争层出不穷。所有这一切,都要求企业必须具有很高的管理水平才能生存和发展。

无数的事实告诉我们,在激烈的市场竞争中,企业必须有先进的管理水平作为组织保证,唯有如此,才能及时调整生产经营,适应外部和内部的环境变化,保证自己不被市场所淘汰。

正所谓“他山之石,可以攻玉”,借鉴外国企业先进的管理风格对国内企业大有益处。下面就让我们来看看日本、美国、德国各自拥有怎样的管理风格。

1. 日本企业管理特色:团队+培训。日本企业管理注重团队合作和员工培训。他们认为,如果企业组织能够呈现一种整体默契配合状态,那么整体组织运转的效率就能够达到最高,也就能够在市场竞争中取胜。因

此,许多日本企业都实施“全面质量管理”、“人人都是主人翁”式的管理模式,他们要求每个员工都参与到所有工作环节的改进和提高中来。与美国式的个人主义不同,日本企业非常讲究整体,注重团队合作,提倡“为大家舍小家,为整体舍个体”的价值观,而这也是日本企业文化中最核心的内容。

日本企业注重团队合作的同时也十分重视员工培训。一个新的工作岗位和晋升机会通常都只有那些接受过培训的员工才能获得。日本企业在选拔人才的时候,往往并不是很看重个人的具体技能,而是强调基本素质,员工进入企业后,只要工作表现合格,公司就会提供培训的机会,以提高员工的个人工作技能,更好地为企业服务。

2. 美国企业管理特色:个人激励+实用。美国既是“世界上最重要的工业生产国”,也是一个“多样性的移民国家”,他们崇尚个人奋斗。相应地,美国企业也注重个人主义,强调个人奋斗精神与管理创新结合起来,从而形成了“激励+实用性绩效”的企业管理模式。

美国人非常崇尚个人英雄主义,好莱坞大片中浑身是胆的英雄施瓦辛格、拳击场上战无不胜的阿里都是他们的崇拜对象,同样的,微软的比尔·盖茨等都是他们的英雄。受这种文化的影响,在企业管理中,他们非常注重个人拼搏的功效,因此,他们非常注重个人激励。

此外,美国式企业管理还带有一个非常显著的特点,就是他们非常注重实用和务实。任何一项技术或者措施是否能够被企业接受,关键就在于其是否具有“两用”,即“实用”和“效用”。

这就是为什么美国人可以在家里上班的原因。企业注重务实,因此他们关注的只是员工是否能够完成任务,而不会去在乎特别的形式;他们注重个人激励,这种看似“松散”的个人主义管理模式却为美国式的个人奋斗、个人创新提供了很大的空间,是一种很好的个人激励方式。

3. 德国企业管理特色:核心技术+严谨质量。德国是一个稳重诚实的民族,他们认真的精神让世界称叹。德国人这种已经深入骨髓的精神无可例外地体现到企业管理上来。德国企业的职员工作非常严谨,其无可挑剔的产品质量就是最好的证明。在这方面,就连一向以高品质取胜的日本人也不得不俯首称臣。

强烈的质量意识是德国企业管理的核心内容。比如西门子公司将“两个胜利”——“以新取胜”和“以质取胜”作为自己的管理理念。他们千方百计地提高员工的质量意识,许多西门子的中国员工都要被送去德国,进行为期两年的培训深造,获得“德国技师”称号后才能被委以重任。

而对技术的追求也是德国企业在市场竞争中的取胜之道。他们在技术研发方面往往“集中优势兵力”,在有限领域投入绝对优势的人力和物力进行深入研究,从而具有非凡的独创性。

那么,与上述国家相比,我国的企业管理又具有怎样的特色呢?

受到传统儒家文化的影响,我国的企业管理更加注重中庸及和谐,关注企业人、事之间的互动联系,以和为贵,注重职工、股东、顾客以及社会大众之间的关系融洽。因此,我国企业管理往往要求员工和管理者具有一定的人际关系处理能力。这就是为什么那些具有很强的能力却不能与其他员工很好相处的员工以及有干劲却缺乏冷静的人在企业中往往得不到很好的发展的原因。

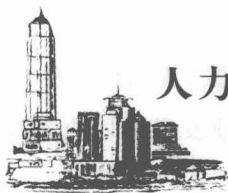
总的来说,我国企业管理与西方企业管理主要具有以下三个不同之处:

①我国企业管理上带有浓厚的感情色彩,注重“感性、亲情”,而西方企业管理则更加倾向于“理性、规则”;②我国的企业讲“人际”,西方企业讲“工作”;③我国企业追求平衡,强调不偏不倚,而西方企业则追求自我,强调个人价值的实现。

从上面我们可以看出,如果我国企业能够借鉴西方先进国家的企业管

管理经验,将有利于企业节省成本、少走弯路,具有更高的效率。但是,需要注意的是,儒家文化的影响由来已久,中国人注重社会性、群体性,看重人际和谐,如果生搬硬套西方企业管理理念,就容易造成企业组织中的冲突和混乱。

因此,在吸取传统文化优点的基础上,结合我国先进的社会经济具体情况,兼容并蓄,建立起独具中国特色的、具有竞争力的管理模式才是我国企业的取胜之道。



人力资源管理：要用人首先就要留住人

在当今市场竞争中,所有的竞争都可以归结为人才的竞争。人才能够适应企业发展,完成企业目标,为企业带来效益,从而使企业拥有市场竞争的能力。邓小平曾明确指出:“能不能发现人才,能不能使用人才是事业成败的关键。”也就是说,一家企业能否制胜于人力资源管理是关系到企业能否具有良好的发展的大事情。那么,到底什么是人力资源管理呢?

人力资源管理,是企业的一系列人力资源政策以及相应的管理活动,是企业根据发展战略的要求,有计划、有组织地对人力资源进行合理配置,以使企业成员的工作产生最大的合力。企业通过招聘、培训、使用、考核、激励、调整等一系列过程,调动员工的积极性,激发员工的潜能,促使员工为企业创造价值,确保企业战略目标的实现。

具体地说,人力资源管理就是企业运用现代管理方法,对人力资源的获取(选人)、开发(育人)、保持(留人)和利用(用人)等方面所进行的计划、组织、指挥、控制和协调等一系列活动,最终达到实现企业发展目标的一种管理行为。

调查表明,许多经营陷入困境甚至破产的企业,多是因为在人力资源管理上存在这样那样的问题和缺陷。一般来说,在人力资源管理中,企业容易犯如下几类错误:

1. 人力资源管理滞后于企业发展。企业发展了,人力资源管理水平也必须相应地有所提高,这样才能够保证持续发展,然而有些企业规模和档次都有了相当的发展,但是人力资源管理的水平却还在原地徘徊,甚至滞

留在“劳资管理”的原始阶段。

2. 急功近利使用人才,却没有将人才视为一种资源进行规划和开发。
3. 用人机制虽然灵活,却缺乏系统性,对于员工职业发展规划缺乏考虑,从而减弱了员工对企业的信任度。
4. 激励手段缺乏创新。普遍用薪酬来激励员工,但是不仅其效力越来越弱,且员工对企业的忠诚也大打折扣。

企业在发展过程中,一旦人力资源管理水平跟不上发展的步伐,成为企业管理的短板,势必会使企业整体运作效率变低,而在如同战场一般的商场中也就没有取胜的可能性。人力资源管理已经成为企业管理中的重要内容,谁能够在这上面取得优势,谁就能够在市场竞争中占据主动。

在这方面,世界著名的运动品牌公司耐克就是正面典型。当大多数企业还在强调招聘“最合适的人”时,耐克就将自己的招聘对象定位为“最优秀的人”。为了留住人才,耐克除了以自身的品牌魅力和高于同行业平均水平的薪资待遇来吸引他们之外,还为优秀的人才提供优秀的企业文化和工作环境,让每一位员工都能够在日常工作中进步。事实上,耐克并没有为留住人才而制订过多的政策,但是其人才流失率却很低,许多员工在耐克一做就是十几年、二十几年,因为在耐克工作,员工们不仅有丰厚的经济收入,而且在工作中体会到了充实感,使自己的价值得以实现。正是这种浑然天成的公司文化氛围留住了人才。

世界 500 强之一的法国化妆品牌欧莱雅在人力资源管理方面也很有一手。许多公司为了留住人才给出了丰厚的薪资待遇,然而,一旦有更高的薪资待遇可供人才选择时,人才就纷纷转投他家,由此可见,仅依靠金钱的激励作用是不够的。因此,欧莱雅除了给予员工优厚的薪资福利、股权认购、年终分红和利润共享的经济报酬激励之外,还给予了员工很大的个人晋升空间。欧莱雅的晋升机制非常灵活,长久地保持着朝气与活力。欧莱雅在世界各地有着众多的事业部和各种产品线,只要是表现优秀的员

工,都可以优先得到晋升机会。同时,欧莱雅还为优秀经理人提供赴巴黎总部进行培训的机会,当然完成培训后,经理人会得到不同程度的晋升。这种对于人才长久的开发与培养机制,使员工对公司的忠诚度始终不曾减弱。

那么,对于一家企业来说,想要提高人力资源管理的水平,需要从哪些方面着手呢?具体地说,以下这些方面是不容忽视的:

1. 提高对人力资源管理的认识。现代企业的人力资源管理不单是劳资管理、人事管理,更是人力资源管理的不管理、人力资本的管理,因此,企业必须完成这一个观念的变革。

2. 对员工职业发展进行统一规划,建立培训体系。

3. 建立人力资源管理体系,统一人力资源战略管理与企业战略管理方向。

4. 建立科学的绩效管理制度,有效管理员工绩效,促进企业目标的实现。

随着经济的不断高速发展,人力资源管理日益成为现代企业管理的核心,企业经营者必须明确这一点。拥有人才、留住人才,使人尽其才、才尽其用,是企业的发展目标得以实现的重要保证,也是一个地区、一个民族乃至一个国家得以长期发展的重要保证。



激励定律：赞美是最好的激励

从前，有一位富翁，家里请了一位手艺冠绝的厨子，烤鸭是他的拿手好菜。

富翁也很喜欢吃厨子做的烤鸭，尤其是烤鸭腿，却从来没有赞扬过厨子的手艺。后来，富翁连续很多次吃烤鸭，都只吃到一只鸭腿，心里觉得十分奇怪。

这天中午，厨子把烤鸭端上桌，富翁仍然只找到一只鸭腿，就问厨子：“还有一只鸭腿呢？”厨子回答说：“鸭子只有一只腿啊！”

“胡说！哪里有一只腿的鸭子？”

厨子没有说话，只是推开窗子，用手指着不远处的水塘边。富翁一看，有一群鸭子正在打盹儿，而每只鸭子都缩起了一只脚，只用一只脚伫立，确实只看得到一只脚。但富翁不服气，认为厨子是在诡辩，于是，两手用力鼓掌，鸭子被掌声惊醒，动了起来。富翁得意地说：“你看，所有的鸭子都有两只腿啊！”

厨子听了，不慌不忙地说：“那是你鼓掌以后才有的两只鸭腿啊！如果您在吃美味的烤鸭时，也能鼓掌称赞一下，烤鸭就会有两只腿了。”

此后，富翁每次吃烤鸭时，都不忘记真诚地赞美厨子，而他也再没有只吃到一只鸭腿的时候了。

富翁为什么先前吃不到两只腿的烤鸭，而后来可以呢？这正是激励的效果，以前他没有实施激励，而后来他实施了。

由此可见，一个优秀的管理者必须要拥有激励下属的心态，才能够大大激发下属的工作积极性，达到“让每一个员工都发挥出最大的力量”

的目的。这对于员工来说,激励带给他们的是事业的舞台,对于管理者来说,激励带来的是人力资源的充分利用而非浪费。

那么,管理者应该怎样做才能有效地激励下属呢?

首先,我们要把传统的物质奖励提升到心理激励。

目前,很多企业管理者往往采用分红、股票期权等物质奖励来激励下属。其一,由于物质奖励用的时间比较长了,下属会逐渐形成“抵抗力”;其二,人类对于物质的满足度遵循边际效率递减规律,也就是说,当人们对物质的拥有达到一定的水平后,他从同等物质中获得的满足感会越来越小,因此物质奖励有其局限性;其三,物质奖励会大大增加人力资源成本。因此,管理者需要把物质奖励和心理激励结合起来运用。

事实上,下属也是需要心理激励这种方式的。比如:当下属觉得工作内容枯燥而影响效率的时候,管理者完全可以组织一次工作效率比赛,从心理上对下属进行激励。而心理激励的方式方法也是多种多样的,具体用什么样的方式要视员工的具体心理状况而定。比如:经济不景气的时候,员工就会陷入惶恐不安中,害怕自己被裁掉,害怕公司拖欠自己工资、苛扣奖金等,这时,作为管理者就应当及时制定裁员制度和分配制度,并公布给大家知道,让员工不用终日惴惴不安,能安下心来工作。再比如,当员工前期努力地做了很多工作,就差临门一脚就要成功的时候,却胆怯起来,这时管理者就应该给员工适当的信心和勇气,可以说:“我觉得你做得很好,我想上天不会让勤奋的人失望的。即使结果不尽如人意也没有关系,大家可以和你一起承担失败。”

简言之,心理激励要针对下属的心理状态,他最需要什么,你就给予什么,以能解决员工的心理问题、调动其积极性为目的。

在心理激励的方法中,用得最普遍的是真诚地、公开地赞美下属。日本企业经营之神松下幸之助曾经说过:“赞美比批评更容易使人成功。”

保龄球比赛正在进行,第一球结束,有两名选手都只打中了7只瓶。

选手 A 的教练对他说：“很好！打倒了 7 只。”选手 A 听了教练的赞扬很受鼓舞，心想：“下次要做得完美，把剩下的 3 只也打倒。”

选手 B 的教练对他说：“怎么搞的！才中了 7 只。”选手 B 听了教练的指责，心里暗想：又被教练骂了，总是达不到他的要求，但愿下次别被骂。

结果，在后面几轮中，选手 A 成绩不断上升，而选手 B 则打得一次不如一次。

批评会破坏人的心灵平衡，会摧毁一个人的信心，而一个没有信心的人是不可能成功的。但赞美则刚好相反，它不仅能够增强人们的信心，还会给人以巨大的鼓舞，赋予人一种积极向上的力量，让人在愉悦的心情下主动更正错误、弥补过失。

当然，用赞美激励法的时候，有两点是我们需要注意的：其一，赞美不宜过于频繁，如果下属的心理习惯了，就达不到刺激、激励的效果；其二，赞美的内容要富有内涵、要真诚，切忌空洞、为了赞美而赞美，没有内涵和缺乏真诚的赞美是起不到任何效果的，因为对方知道你在说假话。



生产可能性边界：达到有效生产

在企业的生产管理中,常常遇到这样的问题:

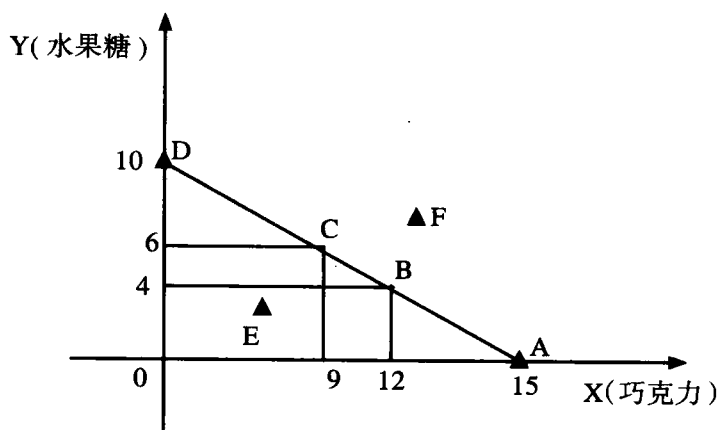
年末,眼看着新的一年即将到来,公司开始制订明年上半年的生产计划。公司的工人、机器、厂房、资金等这些资源都是有限的、稀缺的。一方面由于一家公司产出的产品不可能只有一样,而是多元化的;另一方面,即使将所有的资源配置给一种产品,当这种产品达到生产最大值后,再投入资源无疑是一种资源浪费;同时,放弃生产其他产品,本身也是一种资源浪费。也就是说,只有当这些资源被合理配置给不同产品的时候,才能为公司带来最大的效益。那么,到底应该给每种产品各配置多少资源才算是合理呢?

这涉及经济学中的“生产可能性边界”的概念。所谓“生产可能性边界”,是指在可投入资源数量既定、生产中工人技术水平保持不变、资源得以充分利用的条件下,一个经济体所能得到的最大产量。如果企业产品产量在生产可能性边界之内,说明资源配置不合理,未达到有效生产。

下面我们以一家糖果公司生产巧克力和水果糖的计划制订为例来说明怎样分配其相对稀缺的经济资源才能达到有效生产。

由于经济资源和生产技术都是既定的,那么,多生产巧克力就势必会减少水果糖的产量;反之亦然。假定将全部资源配置给巧克力,可生产 15 个单位;全部配置给水果糖,可生产 10 个单位。而在“15 个单位巧克力,0 个单位水果糖”和“0 个单位巧克力,10 个单位水果糖”这两种组合之间还存在许多种产品数量组合,而所有数量组合的集合就是生产可能性边界。

如果用纵轴(X轴)表示巧克力的产量,用横轴(Y轴)表示水果糖的产量,则下图中的直线AF就代表生产可能性边界,它表明在既定的经济资源和生产技术条件下所能达到的两种产品最大产量的组合曲线。



一般来说,公司是不会选择A点和D点作为生产计划的,而是综合分析市场需求情况、公司运营情况等一系列因素后,在A、D之间的生产可能性边界曲线上选择其他方案,比如B处巧克力产量为12个单位,水果糖产量为4个单位;C处巧克力产量为9个单位,水果糖产量为6个单位。

值得注意的是,不管选择哪一种生产组合,只要是在生产可能性边界曲线上,公司就达到了有效生产。但是,如果选择的生组合在生产可能性边界以内,如E点,则生产是无效率的,因为在此状态下资源并未得到充分利用,只要增加资源的投入量就能增加产量,直至E点移动到生产可能性曲线上。而对于处在生产可能性曲线以外的点。如F点,在现有的技术水平和资源总量下是无法达到这样的产量的,因此,这种生产计划对企业来说是没有现实意义的。

“生产可能性边界”理论,无论是在微观经济中,还是在宏观经济中,都具有非常重要的意义。在微观经济中,它能够帮助微观经济主体,如企业、家庭、个人,根据自己的实际情况设计出一个最有效率的安排。例如,对于

学生来说,时间是有限的,将全部时间用来学习英语能够产生 9 个单位的学习效果,全部用来学习数学会产生 10 个单位的学习效果,那么到底用多少时间来学习英语,又用多少时间来学习数学呢?这个问题,就可以用“生产可能性边界”理论来解答。而家庭的财务管理等事务也完全可以用到该理论。

在宏观经济中,对于整个社会而言,如果生产处于可能性边界内部,那么社会资源就没有得到充分、有效地利用,因此社会才存在失业现象,为了将闲置的人力资源充分利用起来,国家此时往往会采用扩张性经济政策,加大投资力度;当然,这不仅可以解决就业问题,还可以提高社会总产量。一般来说,经济大萧条或者生产缺乏效率都有可能导致社会生产处于可能性边界以内的状态。

时下,我国经济正处于高速发展阶段,在充分发挥企业运营效率方面,生产可能性边界理论起着不可估量的作用,因此一定要将其运用好,以促进经济进一步发展。



墨菲定律：周全准备确保万无一失

1949年，一位名叫爱德华·墨菲的空军上尉工程师参加了一项研究“急剧地速度变化对飞行员的影响”的研究。

工程师们在参加实验的志愿者身上安装了监控器，以便能够监控其反应状况，以测定人类对加速度的承受极限。

实验正式开始前，工程师们对实验的各个环节做了仔细的检查。然而，在实验真正开始的时候，却没有任何数据记录借由监控器返回。这使技术人员感到非常吃惊。

墨菲经过检查发现，一位同事“有条不紊”地将监控器内电池的电极装反了。于是，墨菲啼笑皆非地对同事们开玩笑道：“如果一件事情有可能被弄糟，让他去做就一定会弄糟。”

后来，墨菲的这句话在记者会上被那个受试者引用，并迅速传播开来，成为一个著名的论断，也就是经济学中人们常说的墨菲定律。

经营过程中，我们常常面临类似的情况，一个很好的创意，原本实施得非常顺利，然而，一个本来可能性很小的意外事件发生，由于我们没有准备，顿时陷入紧张、混乱、不知所措，甚至沮丧、一蹶不振的情绪中，进而使整个计划宣告失败。

那么我们应该怎样避免这些消极情绪产生呢？

首先，我们必须清楚地意识到，如果坏事情有可能发生，不管这种可能性多么小，它总会发生，并引起最大可能的损失。任何一个被我们忽视的可能性，一旦发生，往往会带来一系列的影响，给我们造成巨大的损失。

乌鲁木齐市粮食局下属的一家挂面厂曾经投入巨资从日本引进了一条挂面生产线,其后又花18万元从日本购进1000卷重10吨的塑料包装袋作为附带合同。包装袋的袋面图案由挂面厂请人设计,设计样品经新疆维吾尔自治区经贸机械进出口公司与挂面厂审查后交由日方印刷。

然而,几个月后,当这批塑料袋印刷完毕运抵乌鲁木齐时,细心的人们发现了问题:塑料袋袋面图案上的“乌”字多了一个点,变成了“鸟”字,乌鲁木齐变成了“鸟鲁木齐”,这下大伙全傻眼了。经过多方调查,发现原来是设计人员一时粗心大意,打印错了设计样本,而进出口公司的人员也一时大意,在检查时没有发现错误。

就是这个不大可能发生的小错误,直接导致价值18万元的塑料袋全部弃用,此外还造成了产品上市滞后,公司产销计划完全被打乱等一系列后果。

我们知道,世界是广泛联系的,任何事情往往都是牵一发而动全身。因此,我们应该尽可能地把坏事情在发生之前杜绝掉。这样也就可以避免坏事情引起坏情绪所带来的连环影响。

面对人类自身的缺陷,我们应该尽可能地想得更周全一些,尽可能地完善自我,采取多种保险措施,尽量防止偶然发生的人为失误。

有一次,享誉世界的IBM公司邀请了著名的管理学家迈克尔·梅士肯为他们的员工做培训演讲。

IBM派了代表专门前往机场迎接梅士肯。当这位代表接到梅士肯以后,便驱车前往会场。这时,梅士肯发现他们后面还跟了一辆IBM的车,于是问为什么。代表回答说:“我们担心这辆车抛锚。”

到了会场后,梅士肯又发现主持人为他准备了两个麦克风,以防其中一个忽然失灵。甚至IBM公司还准备了另一个演讲人,以防梅士肯因事延误出席。

总之,几乎对于所有的不确定因素,IBM都做了两手准备,以确保就算

坏事情发生也不会产生不良影响。

与 IBM 公司作法迥异的是,有些人在制订计划时,从不考虑意外事件出现的可能性,当意外真的发生的时候,手忙脚乱,无法妥善处理,造成无法挽回的结果。

其实,很多事情之所以不能顺利进行,往往都是由于“意外”的发生。而这些所谓“意外”常常都是事件进程中必然会发生的。因此,在管理工作中,为免受意外的不良影响,应该预料那些可能发生的意外事件,在制订计划时附带考虑缓冲时间,并为此制订应急措施,这样才能够处变不惊,从容地、有条理地、理智地处理问题,最终把事情导向成功。



机会成本：放弃也是一种成本

鱼与熊掌往往不能兼得,得到了熊掌就要放弃鱼,得到了鱼又失去了熊掌。经济学中,将为了得到熊掌而放弃的鱼(或为了得到鱼而放弃的熊掌)称之为“机会成本”。简单地说,就是为了得到某种东西而所要放弃的另一样东西。由于资源的稀缺性,当我们将一定资源投入某一用途后,也就等同于放弃了资源在其他用途中所能获得的利益,这就产生了机会成本。例如:你拥有一套房屋,如果你用来居住,你的机会成本就是出租所获得的利润;如果你用来出租,则放弃了居所获得的利益,同样产生了机会成本。

一般来说,机会成本小的比较占据优势。机会成本主要应用在决策过程中,在决策中,选取最优方案的机会成本是放弃次优方案而损失的“潜在利益”。

生活中,机会成本广泛存在。比如在围棋对弈中,人们往往面临两种选择:一种是向中央跳出,争取广阔的天地;另一种是坚实地在低线守空,把看得见的好处拿到手。这样一来,选择前者,一旦在扩张过程中失利,不仅不能取得更广阔的地域,而且会失去自己的领地;选择后者,虽然能够偏安一隅,但是却很有可能丧失了发展的先机。选择前者还是选择后者,几番思量仍然是难以决断,而难就难在对于机会成本的衡量。

在企业管理决策中同样会时时碰到类似的情况。如某企业计划对某个山区进行投资,那里既有秀丽如画的风光,又有丰富的大理石矿。那么,是将这个山区投资建设成为一个旅游区,还是建设一个大理石矿呢?建设

成大理石矿能够开采大量高价值的大理石,可以得到立竿见影的效果,但是势必会破坏环境;而如果将之建设成为旅游区,虽然不能快速回笼资金,但是从长远来开,收益是非常巨大的。那么作为企业管理者来说,应该如何衡量机会成本,进而做出决策呢?

在现实中,有些机会成本是可以货币来衡量的,如将一定的资源用于发展养殖业,那么是开设养兔场还是养鸡场呢?假设养兔的收益是 X 元,养鸡的收益是 Y 元,而 $X > Y$,那么,由于养兔的机会成本 Y 小于养鸡的机会成本 X ,因此,我们会选择养兔。当机会成本可以用货币来衡量的时候,可以根据对市场的预期大体计算出机会成本的数额,进而作出明智的选择。然而,还有的机会成本涉及人们的情感、观念、感受等内容,是无法用货币衡量的,这样,选择就变成了一件相对困难的事情。比如公司决定裁员,那么是裁去为公司创造效益较少但是跟随自己多年的老部下呢,还是裁去为公司带来相对较多利润的新人呢?

可以说,机会成本的影响遍布了企业管理的各个角落,投资什么项目、将任务安排给哪位员工、和哪家公司合作……只要有选择,就需要考虑到机会成本问题。选择,固然是让人苦恼的,但是有选择才有自由,因此,作为管理者来说,一定要根据企业的实际情况,综合考虑内外部环境因素,充分衡量得失,果断、快速地作出当前形势下最有利的选择。唯有这样的管理者,才是一个合格的、能够引领企业走向辉煌的管理者。



破窗理论：要保护好第一扇窗

有一家餐厅的生意非常红火，红火到它的窗户玻璃破了一个角，老板也没有时间去修理它。

这天夜里，临近餐厅快要打烊的时候，一个小男孩从餐厅路过，见窗户玻璃破了一个角，于是就随手捡起一块石头砸了过去，原本只坏了一个角的玻璃这下子大半截都碎了。

本来这次老板打算把玻璃换掉了，可是因为生意实在太忙就又耽搁了下来。过了几天，老板正在里边忙碌着，突然听见“啪”的一声，仅剩的那半截玻璃也被打碎了。

等老板追出来，只看见一个已经跑远的孩子的背影。

老板将玻璃换好以后，为了防止玻璃再被打碎，他只要有时间就站在窗户后面，但令他奇怪的是，路过的小孩不少，却没有孩子再淘气地用石头砸玻璃了。

其实，如果一栋建筑上的玻璃被人打坏，但没有及时修复，那么其他的人就可能受到某些暗示性的纵容，继续去打碎更多的玻璃。这就是由政治学家威尔逊和犯罪学家凯琳提出的“破窗理论”。

破窗理论是一个典型的经济学理论，在经济中的各个环节我们都可以看到类似的例子。

例如，在管理工作中，如果有违反规章制度的事情发生，但是管理者视而不见、没有及时对这种事情予以制止，那么这种违反规章制度的事情就有可能越演越烈、越来越严重；还有在市场竞争中，在某一时期或特定阶段

内,如果投机者的投机行为没有受到市场的制裁,那么无论投机者是否获得了利润,都会有越来越多的人参与到投机者的行列中来。

尤其是在企业管理中,管理者一定要给予“破窗理论”足够的重视。管理者对于公司员工的“小奸小恶”行为,如果不给予足够重视,就会因“破窗理论”而引发非常严重的问题。

因此管理者只有防微杜渐,甚至在适当的时候小题大做,才能防止有人效仿和积重难返的情况发生。

在美国纽约有一家公司,规模不大,但极少炒员工鱿鱼。有一天,该工厂的资深车工麦瑞为了能够在午休之前完成三分之二的零件,而把切割刀前的防护挡板卸下放在一旁,这样收取加工零件就方便、快捷了,但同时也埋下了安全隐患。

不巧的是,麦瑞的违章操作被到车间巡视的部门经理逮了个正着。部门经理大发雷霆,令他立即装上防护板,又大声训斥了半天,并宣布扣除麦瑞一整天的工资,进一步处理等汇报过总经理以后再决定。

第二天一上班,麦瑞就被通知去见总经理,而总经理告诉麦瑞他被解雇了。

此后,在很长一段时间内,再也没有哪个员工敢违章操作了。

在管理实践中,要善于给个别的、轻微的“小过错”贴上“红牌”,及时予以补救、修缮,这样才能使管理产生效用。

日本的企业中,流行着一种称作“红牌作战”的质量管理活动,具体内容是:

清楚区分哪些东西要,哪些东西不要,将不要的东西贴上“红牌”;找出那些需要改善的事、地、物,找出有油污、不清洁的设备,找出藏污纳垢的办公室死角,找出不该在办公室、生产现场出现的東西,将这些均以“红牌”标示。然后,活动的目的就是努力减少这些“红牌”的数量。

结果,在这样一种积极暗示下,时间一长,人人都遵守规则了。

日本企业的实践证明,工作现场的整洁有序有利于保障企业产品的质量。而“红牌作战”的活动则是让工作现场变得整齐清洁的原因。另外,工作环境的舒适幽雅,又帮助企业成员养成了遵守规则的习惯。

总之,要保护好第一扇窗,不要让它被轻易打破,一旦由于某些原因而出现了破窗,一定要及时修复,不然,后果很可能会像打开的潘多拉魔盒一样,无法控制局势的发展。



鲶鱼效应：在竞争中保持活力

市场是开放的,同类商品往往具有无数的买家和无数的卖家,买家都想以低价格买到好东西,然而好商品数量是有限的,于是买家之间就有了竞争;卖家都想获取更多的客户资源,从而给自己带来更大的利润,然而客户资源是有限的,于是卖家之间你抢我夺;买家和卖家之间,你想低价格买好产品,我想高价格卖给你劣质产品,这样一来也有了竞争。可以说,竞争是市场的一个根本属性,市场经济是竞争经济,而竞争经济保持了企业的活力。

在挪威,沙丁鱼是人们的挚爱,因此沙丁鱼非常畅销,如果是活蹦乱跳的沙丁鱼往往能比那些死鱼卖得多好几倍的价钱。遗憾的是,由于沙丁鱼生性懒惰,大多在返航的路途中就已经死了。为了能使它们活着到达码头,渔民们尝试了许多办法都没有成功。

后来,人们发现将一条鲶鱼放进装满沙丁鱼的鱼槽里,就能够解决问题了。原来,由于鲶鱼对周围环境很敏感,把它装入鱼槽后,它会不安地四处游动,而沙丁鱼发现这个紧张地四处游动的家伙后,也会不安起来,加速游动,如此一来,沙丁鱼便能活着抵达码头了。

后来,这种现象引起了专家的关注,他们认为:通过个体的“中途介入”,能激发群体中其他个体的竞争意识,从而大大地提高其效率。这就是所谓的“鲶鱼效应”。

早在 2000 多年前,我们的祖先就发现了鲶鱼效应的存在,并将它运用到养马的过程中。祖先们在马厩中养猴,这样就能够有效趋避马瘟。猴子

天性好动,每每当这些马松懈倦怠的时候,猴子就会去撩拨它们,这样就使马时刻保持忧患心理,并且还得到了一定的训练,从而提高马对吸血虫病的抵抗能力。

在马厩中养猴,可以使马匹更加健康,由于猴子有“弼马温”之称,所以有人将这种现象又称为“弼马温效应”,弼马温效应和鲶鱼效应说的实际上是一回事。

“鲶鱼效应”普遍存在于自然界。动物学家们发现,鹿群如果离开了狼等天敌,其身体素质和整体的繁衍就会呈下降趋势。事实上,没有对手,失去竞争意识是一件非常可怕的事情。

有了对手,才有危机感,才有竞争力。有了对手,才有动力去奋发图强,去革故鼎新,去锐意进取,因为我们知道,如果不这样的话,唯一的命运就是被吞并,被替代,被淘汰。鲶鱼效应告诉我们,我们应该为自己找一个竞争对手,这样更有利于我们的发展。

在田径赛场上,枪声一响,众人齐发,难分先后。但有一个策略却是常用的:选手们都会跟上某位对手,然后在恰当的时机突然加速超越,然后寻找另一位对手,跟上他,超越他……如此重复交替,一直冲至终点。

长跑,尤其是马拉松比赛,是一场体力和意志力的角逐,尤其是意志力。有人就因为意志力不足,而在体力达到极限之前就退出了比赛;也有人本来领先,但却因为没有短期目标在不知不觉间慢了下来,被后面的选手赶上。如果我们能跟住某位对手,就可以避免这些情况的产生。一方面,对手可以激励我们:“不能被他甩开,别慢了下来,要跟住!”另一方面,对手也可以提醒我们:“路还有很长,要保存好体力,别冲得太快!”马拉松比赛中,所有参赛选手往往先是形成一个个小集团,然后再分散成二人或三人的小组,过了中点后,才慢慢出现领先的个人!

良性竞争能够促进发展,如果没有竞争,人们便会放任自己停步不前。试想,如果经济领域不存在竞争,怎么会有琳琅满目、层出不穷的商品?怎

么会有日新月异的技术更新? 没有竞争,企业便容易在安逸中被时代的洪流所淘汰。

过去,通信市场一直被中国电信所垄断。通信费用居高不下,服务质量差,消费者安装一部电话不仅要交装机费、电话机费、话费押金等诸多款项,而且要排队等候三五个月,甚至是需要走后门。这种情况,一方面阻碍了通信在我国的普及,给通信行业的发展带来了不利影响;另一方面企业不思技术革新、不求服务质量,使得我国通信事业在国际上竞争力低下,一旦国外通信企业进入中国,那么民族通信企业将不堪一击。

为了改善这种情况,国家曾多次对其进行通信设备的投资、改造,同时还开展各种服务竞赛活动,可是都没有任何效果。直到后来,中国电信被拆分成了几个公司,就这样中国电信、网通、铁通、移动几家公司,谁也不敢再像从前那样坐享安逸了,都开始积极地行动起来,提高服务质量,提高技术以求争取到更多的客户。你推出漫游优惠,我推出长途优惠服务;你赠送话费,我赠送话机;你说你的网络速度快,我就要比你更快……有竞争了,谁也不想被市场淘汰,只得你追我赶,一时之间,原本死气沉沉的通信市场显得活力无限。而消费者得到了实惠,经营商得到了更多的利润,国家的通信事业得到了发展。

竞争的作用就是这么奇妙,能够促使你不断地去提高商品的科技含量、提高产品质量、改进服务手段、增加或者改进商品的性能等,因此,积极地投入到竞争中去吧,在竞争中保持活力,不断发展,不断超越自己。



双赢：和谐与竞争的统一

龟兔赛跑中，兔子因为骄傲轻敌而败给了乌龟的故事几岁的孩子都知道。然而许多人不知道的是：由于兔子不服气，龟兔进行了第二次比赛。

在第二次比赛中，兔子一口气冲到了终点，成为了赢家。谁知这下乌龟又不服气了，乌龟说：“你指定的路线你当然可以赢，如果我指定路线，你就未必能赢了。”

兔子为了让乌龟心服口服，便答应再和乌龟比一次，这次由乌龟指定路线。乌龟特意挑了一条有河的路线，由于兔子不会游泳，龟兔的第三次赛跑由乌龟完胜。

后来，青蛙会游泳而且比乌龟跳得快，要是和他们俩比赛，一定能得冠军，就这样，乌龟、兔子、青蛙三者的赛跑开始了。为了不输给青蛙，这次龟兔没有较劲儿，而是互相合作，在陆地上，兔子驮着乌龟跑，到了河里乌龟驮着兔子游，结果是兔子和乌龟都取得了胜利，并且成绩打破了纪录，而青蛙则惨败。

对于这则寓言新编，我们要能从中得到这样一个非常重要的启示：

竞争是进步的原动力，而合作则能够给彼此带来更加广阔的发展空间，取得更大的成就。在市场竞争中，从长远来看，采用双赢策略才是明智的选择。

很多企业都提倡资源共享、优势互补，换言之，也就是提倡合作。面对愈演愈烈的市场竞争，合作的重要性更加明显。股份制是一种合作，欧盟的建立是一种合作，亚峰会议的召开是合作……这是一个不与人合作，就

难以生存下去的时代。作为企业的领导者,对此必须有清楚的认识。

在市场竞争中,那种以对手消失而成就自我的传统竞争方式已经发生了改变。

在新的形势下,企业为了自身的生存和发展,需要与竞争对手进行合作,建立战略联盟,即为竞争而合作,靠合作来竞争。

美国通用汽车公司前董事长约翰·史密斯曾说过:“如果你不能战胜他们,你就加入到他们之中去。”作为企业的领导人,应该努力促成这种又合作又竞争的关系,竞争使人进步最快,合作让人得到最多。

事实上,几乎所有的经济活动都是以利益为目的的。无论是合作还是竞争,说到底都是为了利益。合作能够给双方都带来利益,是合作达成的首要条件。换言之,合作的实质也就是“你为我用,我为你用”。

在市场经济的大环境下,没有谁是不能合作的,也没有什么事是不能通过合作来达成的。

2004年4月2日,微软首席执行官斯蒂夫·巴尔默和SUN公司首席执行官兼主席斯科特·麦克利尼尔携手向全世界宣布:“微软和SUN将达成一个长达10年的产业合作协议。”

他们的合作出乎很多人的意料。

众所周知,在过去的二十多年中,微软与SUN之间从市场竞争、技术竞争到两个总裁之间的口水战,明争暗斗就从来就没有停止过,但是现在双方却开始合作了。

两个IT巨人,从冤家变成了伙伴。他们的合作告诉我们,“合作、共赢”的良性竞争时代已经到来,合作将突破很多界限,并引领着我们去一次次地突破。

通过合作,企业得到了发展,跃上了一个更加广阔的平台;因为平台更加广阔,企业获得了更多更深层次的合作机会,更多更深层次的合作又让企业可以更快速地发展并壮大。这就是一个合作的效益闭环。

“双赢”的竞争模式是中国传统文化中“和合”思想与西方市场竞争理念相结合的产物。

而现实也证明,双赢的竞争模式确实能够为企业带来更大的收益。一方面,市场经济是一个大浪淘沙的过程,谁掉在了后面,谁就会被淘汰;另一方面,随着经济的发展,社会化专业协作的大生产的程度加深,要求不同企业、不同部门之间能够紧密协作。

因此,对于企业管理来说,和谐与竞争的统一,即双赢才是最高境界,才是集大成者。



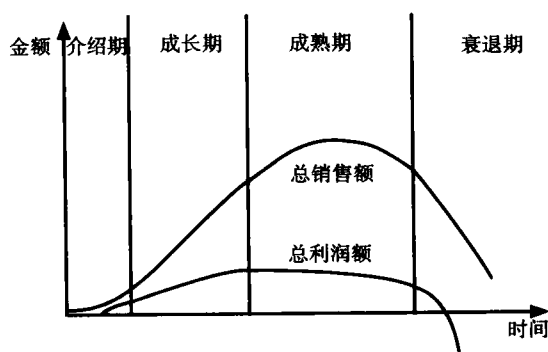
产品生命周期：产品的“生、老、病、死”

人有生老病死，四季有春夏秋冬，事物的发展都有其周期规律。同样，产品也具有生命周期，并且产品的生命周期有着自己独有的特点和规律。

1966年，美国哈佛大学教授雷蒙德·弗农在其著作《产品周期中的国际投资与国际贸易》中首次提出了产品生命周期理论。所谓产品生命周期，是指产品从进入市场到被市场淘汰的整个过程，是产品在市场中的营销寿命。

雷蒙德·弗农认为，产品在市场经历了由“介绍（引入）、成长、成熟、衰退”4个阶段构成的生命周期。但是，因为技术水平的不同，因此每个阶段发生的时间和过程是不一样的，不同的技术水平之间往往存在着较大的时差，而这一时差反映了同一产品在不同国家的市场上竞争地位的不同。

一般来说，产品在介绍期，销售额和利润额增长缓慢，在前期利润多为负数，随着销售额的增加，才出现赢利；成长期，销售额和利润都快速上升；成熟期，销售额增长速度减缓，在到达最大值后，甚至开始下降，而利润增长停滞；当产品进入衰退期，销售额快速递减，利润也较快下降。整个产品生命周期过程如下图所示：



值得注意的是,在产品寿命周期的不同阶段,企业也要采取相应的措施。特别是当产品进入成熟期以后,要对产品进行改革,增加其新用途、新特征,从而尽量延长其寿命,避免其过早地被市场淘汰。

当然,不同的产品的生命周期也各不相同,都具有各自的特点。例如,时装的生命周期很短,往往只有几个月,而房产的生命周期则很长,能够达到数十年之久;像LV这样大牌限量产品一进入市场其销售额和利润就快速增长,迅速跳过介绍期;而有的产品则可能越过成长期,直接进入成熟期;还有的产品命运可能悲惨一些,直接越过成长期和成熟期,进入衰退期,成为让企业亏损的滞销产品。

在当前飞速的科技进展和越来越激烈的市场竞争的大形势下,各家公司都在努力开发新技术以赶超同类产品,从而使得产品的更新换代的速度不断加快,产品的生命周期不断缩短。尤其是微电子、电子计算机和新材料等高科技产业,由于其科技更新速度非常快,其产品的更新速度也随之达到了空前的速度。例如,IT产业技术创新的周期为18个月,因此,芯片的集成度和运算速度每隔18个月往往就会提高一倍,而原来芯片的价格也会下降一半。由此可见,在当今的形势下,技术创新的速度和产品更新的速度有着紧密的联系,而我們也需要将技术创新结合起来研究产品生命周期的规律。

以手机的产品生命周期为例:

1. 介绍期:一款新的产品进入市场以后通常会有两种情况:一种是有着创新技术的新产品,由于其某些特征属于市场首创,一般来说这样的产品赢利的机会很大,但是需要及早确立其市场“领头羊”的地位。另一种产品是市场同质化的,这种产品则需要从价格定位以及相应的推广策略上来做文章方有制胜的可能。

2. 成长期:由于创新产品在市场中的逐步走俏,其他商家也会发现这块肥肉,但由于在创新技术上难以马上跟进,因此,先行的厂家依然能够保

持价位,并尽力延长这个阶段。因此,作为竞争厂家,应该以原有创新为基础,改进其不足,增加新的创新内容,同时以价格来冲击市场;而作为先行的厂家也只有通过调低价格来进一步激发市场份额,提高销售量。

3. 成熟期:手机的成熟期往往是生命周期中最长的阶段,在这个阶段,产品依然会为商家持续带来可观的利润,因此厂家应该通过各种形式的变化或组合来吸引消费者,留住消费者的目光,如:针对原来被消费者忽视或者遗忘的销售卖点进行着重宣传,搭配有奖销售等。

4. 衰退期:随着市场竞争的不断加剧、技术过时,产品步入衰退期将不可避免。这时,厂商需要清醒地认识到衰退期,尽快地将货物卖出去;如果不能接受这个现实,反而过多投入,或者清货不够及时,很有可能会导致亏损。因此快速降价和清货是当务之急,宁肯亏钱甩卖,也要尽快处理掉。

产品生命周期模型作为营销决策的一种参考模型,为决策者提供了许多有价值的信息,但是由于产品生命周期随着市场情况的变化而瞬息万变,因此,它并不能作为决策的主要依据。要想做出正确的决策,决策者除了借助产品生命周期理论以外,还需要综合考虑各种影响产品销售的因素,以使判断更为准确、全面。



规模报酬：先做实，再做强

世界各国都有许多说明“只有形成规模才能发挥强大力量”的名言警句，例如越南的“微风积聚成台风”，欧洲的“巨大的松涛声，是从每棵树上发出来的”，伊朗的“蚊子如果一齐冲锋，大象也会被征服”，中国的“人多力量大”和“众人拾柴火焰高”等。

从经济学的角度来讲，这些耳熟能详的句子都涉及“规模报酬”的问题，它们反映了在其他条件不变的前提下，企业内部各种生产要素按相同比例变化时所带来的产量变化：“一根筷子容易折，一把筷子折不断”是说规模越大、力量越大，是规模报酬递增；“一个和尚挑水喝，两个和尚抬水喝，三个和尚没水喝”在说人多力量确实大，但未必就一定会有更高的效率，是规模报酬递减；“多一个少一个并没有差别”说的是数量的增加并不能带来效率的增加，是属于规模报酬不变。在经济学上，企业的规模报酬变化就有规模报酬递增、规模报酬不变和规模报酬递减三种情况。下面我们举例加以说明。

假如某大型饮品厂饮品的月产量是10万吨，耗用了100个单位的资本和50个单位的劳动。现在将生产规模扩大一倍，使用200个单位的资本和100个单位的劳动，这样一来，产量可能会有如下3种情况：

1. 规模报酬递增，产量增加的比例大于生产要素增加的比例，产量超过了20吨。
2. 规模报酬递减，产量增加的比例小于生产要素增加的比例，产量低于20吨。

3. 规模报酬不变,产量增加的比例等于生产要素增加的比例,产量等于 20 吨。

生产规模的变化之所以能使得企业的规模报酬也发生变化是有其原因的,在经济学上,引起规模报酬递增的主要“规模经济”,也就是由于产出水平的扩大或者生产规模的扩大而引起产品平均成本的降低。相反,引起规模报酬递减的是“规模不经济”,也就是因产出水平的扩大或者生产规模的扩大而引起的产品平均成本的升高。

一个管理者当然希望自己的企业能够实现规模经济,从而使得生产出现规模报酬递增。那么,规模经济是怎样出现的呢? 规模扩大,为什么很有可能出现规模经济呢? 原因主要有以下两点:

1. 生产规模的扩大能够促进“专业化分工协作”的实现,这种生产协作方面的因素促使了规模经济的发生。18 世纪,经济学之父亚当·斯密在《国富论》中提到,即使是受过专业训练的工人,一个人一天也只能做一个大头针,18 个人一天下来也只能做 18 个大头针;但是如果将生产细化为 18 道工序,每人只承担一道工序,那么 18 个人每天可以生产 4800 个大头针。这个大头针行业的例子很形象地说明了规模经济所具有显著的生产效率。

2. 某些生产要素自身的特性也具有规模经济的特性。例如,与小型设备相比,每单位产出的制造费用和维修费通常都会相对较低,像国际上的输油管道,如果将其直径扩大一倍,其周长也扩大 1 倍,但是其截面积扩大却超过了 1 倍,也就是说运输能力的提高超过了 1 倍。随着油管的扩大,运油能力的提高,其每单位原油的运输成本也就降低了,这就是规模经济。

正是由于这两个因素,才使得规模经济得以存在。但是,有规模经济当然就会有规模不经济,企业一味追求大规模,但是却未必能够实现高效益。当生产规模达到一定程度以后,再想通过扩大规模来获得更多的效益,追求规模经济的优势就变得不现实了,而会诱发规模不经济。

那么,为什么会有规模不经济的存在呢?其一,各种生产因素都是有一定极限的。其二,专业化分工固然可以提高效率,但是分工不可能无限地细化下去;而且专业化分工也具有一定的副作用,专业化分工往往使得工作变得机械化,从事的工人很容易产生厌烦情绪,使得效率大大降低。以上面提到的输油管道为例,其输油管道的直径就不可能无限扩大,否则其铺设成本的增加量必然大于效益的增加量,也就变成了规模不经济。总之,如果一味追求规模经济,必然会导致单位成本的上升,诱发“规模不经济”。其三,从管理学的角度说,规模的扩大会导致管理上的低效率,生产规模越大,其管理层次愈多,企业内的协调和控制也就越困难,从决策到执行所需时间都会增长,而其执行的有效性也难以保证,这种管理上的局限性必然会带来规模不经济。

在现实中,许多企业急于做大,盲目扩张,导致企业频频陷入规模不经济的困局之中,最后全军覆没。企业家要想摆脱这种困局,就要吸取这方面的经验教训,在追求扩张的同时,也应该着力做实做强,在核心业务做实做强的基础上追求规模经济,这样才能永远立于不败之地。



阿罗不可能性定理：要留意不同的声音

从学生时代选举班干部，到成人以后公民选举人民代表，几乎每个人都经历过这种“少数服从多数”的事件。这种民主集中的方式能在很大程度上确保选择的正确性。但是，某些特定的情况，“少数服从多数”的原则却并不适用。

“少数服从多数”的结果，并不能达成 100% 的满意度（至少还有反对者存在），这一现象很早就引起了经济学家们的关注。1972 年诺贝尔经济学奖获得者、美国经济学家肯尼思·阿罗更是将这一研究更加广泛地应用到社会的各个领域，从而提出了著名的“阿罗不可能性定理”。阿罗不可能性定理的基本内容是：由于众多的社会成员有着各自不同的喜好偏向，而社会又有多种备选方案，那么在民主的制度下是不可能得到令所有的人都满意的结果的。

在美国，政府规定，公民如果不完成高中的义务教育，那么就是违法。然而，美国的一个少数民族——阿密绪人的宗教信仰却认为，本族人一旦过了 15 周岁，就必须参加务农劳动，而不能再成天待在学校里学习，不事生产了。由此，发生了大批警察将阿密绪少年强制压入学接受教育的暴力冲突事件。

后来，阿密绪人上告法院，要求维护自己的“不受教育权”。1972 年，美国大法官考虑到任何一项决策都不可能代表全体人民的利益，所谓全体人民的利益是不存在的，不能以此为理由压倒阿密绪人的宗教自由；而且阿密绪人选择的教育方式并没有损害社会。因此，没有任何理由能够认定

今天大多数人的选择就是 100% “正确”的,它对阿密绪人来说有可能是错误的,最后,大法官裁定阿密绪人胜诉。

这正是对阿罗不可能性定理最典型的应用。在企业管理中,同样存在着这种情况。

例如,五个年轻人合伙投资开了一家软件公司,各自的投资金额也大体相当,因此按照股份比例来决定话语权是不可能的,那么,他们如何对公司进行管理呢?当需要作出某项决策的时候,能否使用“少数服从多数”的原则通过举手表决来决定呢?从表面上看,这种方法是可行的,因为支持方和反对方人数相等的局面是绝对不会出现的,最多也就是“3:2”的情况。然而,这五个年轻人实际上却并未采用这种方法,他们采取的是“所有决策,必须全员通过方能实行;只要有一人反对,便是无效的”。虽然,他们并未实行少数服从多数的原则,但是无可否认他们的做法是一种智慧的体现。

在企业管理中,为什么“少数服从多数”原则会存在被搁置的情况呢?

首先,作为企业,管理者的决策正确与否将直接决定企业的发展命运,如果此时采用投票办法,实行少数服从多数的原则,会使得决策时所承担的风险大大增加。相反,如果采用全员通过制,则可以降低企业所承担的风险。

其次,在决策执行、企业运作的过程中,每一个环节都是至关重要的,只有保证了每一个环节都顺利完成,才能保证达到最终的目的。然而,要让一个反对决策的人去执行决策,其出错的可能性会大大提高是可想而知的,也就是说,在决策时投反对票的人就成了公司运作、决策执行中最危险的环节。

此外,历史也多次证明“真理有时只是掌握在少数人手中”,单纯地依靠“少数服从多数原则”并不能确保决策的正确性。在企业管理中,企业中大多数人都是普通人,而智者往往只是极少数的。在这种情况下,实行

“少数服从多数”原则，依靠常人在日益激烈、复杂的市场竞争中做出正确的选择，实在是一件非常冒险的事情。频出商业巨子的潮汕人和有着中国“犹太人”之称的温州人在管理过程中，就出人意料地采用“多数服从少数”的哲学，进而获得了成功。当然，这里的“少数”无疑都是洞悉市场、有着远见卓识的智者。

总之，在管理过程中，必须深刻认识阿罗不可能性定理，意识到少数服从多数的危险性，从而避免从众地盲目决策。也就是说，在决策时，管理者首先必须关注反对意见，留意不同的声音，对其进行充分的分析判断；其次，在条件允许的情况下，采取只要有人反对就暂缓决策的方法，进行进一步论证，以求达到全体通过的理想决策。



帕累托最优：利己而不损人的理想状态

类似于乌托邦一样的人类生存的理想王国,经济学家们也进行过热烈的讨论。与众不同的是,经济学家们本着务实的精神,将有限的社会资源在使用时的公平和效率纳入了讨论范围,从而产生了“帕累托最优”这样一个概念。

在不损害任何人的利益的前提下,无论做什么努力都不能使某些人的处境变得更好的状态就是经济学家们公平与效率的“理想王国”。由于意大利经济学家维弗雷多·帕雷托在关于经济效率和收入分配的研究中最早使用了这个概念,因此被命名为“帕累托最优”,也称为帕累托效率。

帕累托最优是指资源分配的一种状态,是所有个体都达到极限,在不损害他人的情况下,已经不可能使自己变得更好的一种理想状态。

与“帕累托最优”相应的是“帕累托改进”。“帕累托最优”指的是一种状态,“帕累托改进”指的是一种变化,通过这种变化,能够在不使任何人处境变坏的前提下,使得至少一个人的处境能变得更好。帕累托最优是以没有帕累托改进余地为前提的;而帕累托改进是达到帕累托最优的途径和方法。

一般来说,当没有帕累托改进的余地时,当处于帕累托最优时,通常会同时满足以下3个条件:

1. 交换最优。无论个体之间进行何种交易,都不可能使任何一个个体从中获得更大的利益和满足。此时,对每一个消费者来说,所有商品的边际替代率都是相同的,并且消费者的效用也达到了最大。

2. 生产最优。经济体必须处于生产可能性边界上,此时,生产产量是最大化的,而生产要素之间的边际技术替代率也是相同的。

3. 产品混合最优。经济体产出产品的组合是消费者偏好的反应,此时,任何生产者在两种商品之间的边际产品转换率等于这两种商品之间的边际替代率。

例如,体育场将进行一场盛大的演出,观众席能够容纳 80000 人,但是主办方却只卖出了 78000 张票,这便没有达到帕累托最优,还存在帕累托改进的空间。如主办方可以通过特价票的方法将剩余的 2000 张票尽快销售出去,从而在不损害任何人利益的前提下,使更多人享有观看演出的福利,使他们的境况得以改善;倘若票已经全部售完就不存在帕累托改进的空间了,已经达到了帕累托最优;如果在售完票的基础上再加售 2000 张附加票,这样虽然能够使这 2000 名观众因能观看演出而境况得以改善,但却会损害原有的 80000 名观众的利益,因为过于拥挤的空间会让他们感到不舒服。

经济学界普遍认为,如果一个经济体没有达到帕累托最优,存在帕累托改进的余地,那么这样的状态是低效的、不理想的,是需要避免的。今天,帕累托最优已经成了衡量一个经济体和政治方针的非常重要的标准。比如,在市场竞争中,一家企业采用一种措施,能在不损害对手的利益前提下为自己争取更多的利益,那么实施这种措施就是在进行帕累托改进,以达到最后双赢的帕累托最优。也就是说,这种措施是可取的、可行的,值得提倡的。

总的来说,帕累托最优无疑是经济学领域一颗闪烁着迷人光泽的宝石。它包含着公平公正的道德、自由平等的精神以及对优劣进行评价的效率标准,在没有任何损失的情况下,使境况得以改善,是非常令人神往的。因此,在管理中,管理者要做帕累托改进,尽可能地趋近帕累托最优。

但需要指出的是，帕累托最优描述的是一种过于理想化的经济状态，在现实经济中比较难以达到，因为帕累托改进存在着一个很严格的条件限制，即不损害任何人的利益。于是，经济学家们从长远和大局上考虑，又提出了“卡尔多—希克斯”改进，专家们提倡如果一种变革所带来的利益是大于损失的，那么就是可取的。

因此，在追求帕累托最优的同时，管理者还需要用一种长远的、大局的眼光来看待问题，不拘一格地进行“卡尔多—希克斯”改进。



效率工资：把懒人变为勤劳者

近来，一方面由于高校大面积的扩招，人才市场呈现出供过于求的局面；另一方面由于经济增长速度减缓，企业员工工资普遍不高，即使是重点院校毕业的本科生，起薪往往也不会超过 2000 元。然而华为公司却在《华为基本法》第六十九条中写道：“华为公司保证在经济景气时期和事业发展良好的阶段，员工的人均收入高于区域行业相应的最高水平。”

那么华为公司为什么要这样反其道而行之呢？我们都知道企业是以盈利为目的的，那么这其中到底有什么秘诀呢？

一切都要从效率工资说起。所谓效率工资，是指为了激励员工努力工作，提高劳动生产率或劳动效率，企业所愿意支付的、比市场平均水平高的工资。效率工资最早是由发展经济学家莱本斯坦提出的，他认为生产率与工资水平呈正比。但是，将效率工资制度提升到理论高度则是美国经济学家索罗来完成的。在 20 世纪 80 年代，效率工资理论得到了进一步的迅速发展。

关于效率工资制度，福特公司可谓是“第一个吃螃蟹”的企业。

20 世纪初，工人怠工及流动现象在美国非常严重，为了抵制这种现象给企业带来的不利影响，1914 年，福特公司宣布工人的工资由 2.34 美元 / 天提高到 5 美元 / 天，这 5 美元就是效率工资。效率工资制度推出以后，福特汽车工厂外，求职者很快地排起了长队，希望获得拥有高薪的工作机会，一时之间，许多人才争相进入福特公司。同时，受到高工资的激励，怠工现象一去无踪，工人的生产效率也提高了很多。

对于工人怠工和流动现象,效率工资制度有极大的成效,对企业来说,是非常有利的。首先,当时市场的平均工资为 2.34 美元/天,远高于市场平均水平的 5 美元/天的效率工资,让员工拥有更加丰厚的收入,也会为企业吸引更多的优秀员工,这样就会让福特公司拥有行业内最优秀的工人,进而使得企业的效率大大提高。其次,工人也是理性人,5 美元/天的效率工资给他们带来了更多的竞争者,他们深知如果做得不好,随时会有人等着替代自己,而被开除后自己很难再找到同等工资的工作,这样工人就会自动地取消怠工,珍惜这来之不易的工作机会,从而减少了流动性,同时使企业的培训成本得以降低。

在实行效率工资制度后,福特公司的一份调查报告中写道:“从实行效率工资以来,福特工厂的劳动成本每天都在下降。福特支付的效率工资使得工人们摆脱了惰性和生活中的阻力……从而减少了 75% 的旷工率,可以看出高工资改善了工人的纪律,使得工人更忠实、更加努力。”

在今天,市场竞争如此激烈,要想吸引客户、占领市场,就必须要有了一支精英团队来为企业工作,而高工资就是网罗人才的最大利器。华为公司正是清楚地认识到了这一点,才愿意支付远比市场平均水平优越的工资。在效率工资的推动下,企业能积聚到更多的优秀人才,同时激发出优秀员工的斗志,拥有强大的队伍,为企业开发出先进的技术、研制出一流的产品、占领更加广阔的市场,进而将企业推向一个新的高度。华为公司总裁任正非始终坚信:重赏之下才有勇夫、高工资是第一推动力。

这就是为什么现在有许多企业都愿意支付高工资的原因。当然,也有很多企业“又想马儿跑得快,又想马儿不吃草”,对员工的工资,老板想方设法地让它更少,渐渐地,走的员工越来越多,愿意留下的越来越少,即使愿意留下,能力也不强,而企业自然很难有所发展。作为一个企业的管理者,应该站到更高的地方更加长远地来考虑企业的发展,支付给员工效率工资,去获得自己与员工的双赢。

《走出华为》主编杨东龙认为：“企业要想雇佣一个真正能够推动企业发展的员工，不仅是要雇他的身体、双手，连同他的心和脑也要一同雇佣过来，而能够解决这个问题的是钱，一份丰厚的薪资待遇。”高薪是避免员工怠工和人才流失的有效方法，同时也是挖掘员工潜力的一种方式。

“高工资，高效率”是每一个真正有预见性、有才华的企业家都应该去努力追求的境界。倘若一家企业无法实现这种格局，那么，它就很难进一步发展，也很难逃脱被淘汰的命运。



理财要懂得的经济学





组合投资：怎样在篮子里放鸡蛋

“不要把所有的鸡蛋放在同一个篮子里”是几乎所有投资者都知道的一句箴言,这意味着分散投资风险。那么,另外两句关于篮子和鸡蛋的投资箴言,你是否知道呢?一句是:“不要在一个篮子里只放一个鸡蛋。”这是告诉投资者资金过度分散,虽然能够规避投资风险,但同时也会降低投资收益;还有一句是:“把鸡蛋放在不同类型的篮子里。”这是告诉投资者把资金投入相关系数低的投资产品里(也就是不同的篮子里),比如股票、基金、债券各买一些,这样的组合才能发挥组合投资的优势。

作为上一代最成功的投资大师本杰明·格雷厄姆在其著作《聪明的投资者》中忠告投资者要合理规划手中的投资组合。

格雷厄姆指出,当股市处于牛市时,投资者应该保证资金的 50% 投入到债券或与债券等值的投资和股票投资中,其中债券投资和股票投资各占资金的 25%,而剩余的 50% 的资金,投资者应该根据股票和债券的实际价格变化而灵活分配其比重,如果股票的赢利率高于债券,那么投资者加大对股票的投资比重,相反,如果股票的赢利率低于债券,投资者则应在债券上多投入一些资金;而当股市处于熊市时,投资者必须当机立断卖掉手中所持有的大部分股票和债券,最多将资金的 25% 用于股票或债券投资,而这 25% 的股票和债券是一种预留准备,为了在股市发生转向时再次快速地杀入证券市场。

而在这本书里,“股神”巴菲特所撰写的序言中也曾提到:要想成为终

生不败的投资者,其实超高的智商、罕见的商业眼光或内线消息并非不可缺少,真正不可缺少的是做决定的健全心态构架以及避免情绪侵蚀这种架构的能力,在这方面,组合投资能够给投资者很大的帮助。

由此可见,组合投资对于投资者的成功与否是至关重要的。而组合投资理论是美国经济学家马科维茨于1952年首次提出的,他也因此获得了1990年的诺贝尔经济学奖。马科维茨就组合投资进行了系统、深入的研究,得出了具有深刻的现实意义的内容,该理论内容主要包括两方面:均值一方差分析方法和投资组合有效边界模型。

马科维茨认为,风险是整个投资过程的重心,一项投资计划若没有风险,也就不存在困难,当然这样的投资利润也是相当低微的。而风险的存在意味着与预期的相比,实际上可能发生的坏事可能更多。

例如,我们购买了一辆新车,没有预期它会被盗,但确实有被盗的风险存在,尤其是它的外形如此引人侧目,那么为了避免这种损失,为了规避风险,我们就要购买保险。

同样,虽然我们不希望自己手里的股票跌价,但是,这是有可能发生的,为了规避这种风险,我们就必须将资金分散,不能把所有的资金都用于购买一种股票,即使它看起来前景那么美好,都不要忘记其风险的存在。

每一种投资都具有风险,同样也具有收益,风险越大、收益越大,那么人们应该怎样在风险与收益之间进行取舍呢?

马科维茨首先假设所有的投资者都是理性的,也就是说可以在期望风险水平给定的情况下,做出收益最大化的选择;或者在期望收益水平给定的情况下将风险进行最小化。然后在此前提下建立资本资产定价模型来解答投资者如何在风险和收益之间做出取舍,这个模型可以告诉人们如何在风险和收益之间找到均衡。

在投资中,预期风险和收益都具有不确定性,怎样选择带有不确定性的收益和风险直接关系到投资的最后收益。如果对于风险规避过于厉害,投资过于分散,那么就会使收益减少;如果完全不考虑风险,孤注一掷地投资,又很有可能会有赔光血本的危险,因此组合投资才是可取的。

综上所述,进行投资前一定要首先对风险的大小和收益的多少进行综合评估,然后再来决定投入的资金量,方为最明智的选择。



黄金法则：理财要精打细算

人们常说“万事预则立”，其实，理财也是同样的道理。

有关专业人士通过具体的数据统计指出，在 100 人之中，在人漫长的一生中，对自己的物质生活、财富积累感到满意的人大约只有一个人；而有 25% 的人在退休后仍然需要继续工作；有 50% 的人不能完全经济独立，或多或少都需要别人或者社会的救济。

从这个研究可以看出，能够对自己一生做出妥善的财务计划的人实在少之又少，换言之，很少人具有清晰而明确的理财意识。

事实上，人生如果没有理财计划就会在财务、经济上陷入一团混乱之中。虽然并不是每个人都必须以成为大富翁为目标，但是，维持自己最起码的经济独立却是人最基本的要求。

仔细观察社会上的成功者，虽然他们的家庭、教育背景各有不同，但是他们在理财方面都有一个共同之处，就是能够确立坚定不移的财务目标、并为之进行合理的理财规划。

拥有财富梦想、懂得理财计划的人无论什么情况都有办法把不该花的钱牢牢地收进荷包中；总是十分努力地寻找有效的方法去实现自己的财富梦想。的确，财富并不会自动找上门来，要想拥有它，就必须不断地去寻求有效的方法，制订相应的计划，并且执著地执行实践计划，这样才能梦想成真。

美国的一位财富学专家询问了 400 位富翁致富的秘诀后，归纳总结了有效的致富计划必须注意以下六个细节：①必须确切地明白自己的财富梦

想是要拥有多少钱,而不是抽象和笼统地希望赚“很多钱”,对于这个具体的数字,你必须牢牢记在心上。②你要怎样才能得到自己所希望获得的财富,你具体应该怎样去做才能实现梦想,这一点非常重要。③给自己规定一个实现梦想的期限,尽量在期限之内去达到它。④在计划订立之后,不要让计划停留在口头上,要付诸实践,否则就会成为“思想上的巨人,行动上的侏儒”。⑤详细标明在某个时段要获得多少金钱,通过什么方式获得这些金钱,自己实践的结果如何。⑥每天最少朗诵两次自己写的计划表,最好是一次在早上刚起床的时候,一次在晚上工作完时,这样可以增强自己追求财富的信心。

事实上,这六个细节并没有什么高深的学问,但是一定要有恒心和毅力,有技巧地去实践它。

此外,理财专家们还总结出了管理财富的七条理财规则,我们也可以拿来借鉴:

1. 把支出记在纸上。预算专家的理财建议指出,每个月把自己花费支出的每一分钱都准确地记录下来,这样可以知道钱花在了什么地方,便于做出预算改进。

2. 找一个适合你的钱财的预算。预算并不是说将生活中只要花钱才能获得的乐趣全部抛弃,而是给予我们物质安全避免经济方面的忧虑。首先,你应该列两张表:一张是列出了所有的开支项的表,另一张是列出了所有的收入项的表。两表对照之后,你就知道应该花多少钱,将钱花在哪些项上面。其次,你还可以向咨询投资公司求助,让专家为你理财。

3. 学会聪明地花钱。用最少的钱办最多的事、用最少的钱买最好的东西才是聪明的花钱方式。

有两位女士收入差不多,一位女士总是穿着入时,而且还能够有不少的积蓄;而另一位女士,整天买衣服,钱没少花,每月入不敷出,但是衣服怎么穿都不合适。其实原因就在于,第一位女士会花钱,第二位女士不会

花钱。

在现实生活中,像合租房子、拼车、拼饭等方式都是一种聪明的花钱方式。

4. 不要因债务而烦恼。生活中有不少人管不住自己的消费欲望,而使收入与支出不成正比,借钱消费,或者刷信用卡提前消费,从而让自己背满了债务,当债务过多的时候,很容易被压垮,陷入无穷无尽的烦恼中,完全没有快乐可言。因此,除非必要,千万不要让自己背上债务。

5. 如果你要借钱,一定要想办法去银行贷款。生活中,很多人急需用钱而自己又没有的时候,多会选择向亲戚、朋友借,但是这样的做法却有很大可能会让你失去朋友;还有的人选择高利贷等途径,也同样会让自己陷入无穷无尽的麻烦之中。其实,这个时候的最佳选择是向银行贷款,这样可以把借钱的负面影响限定在最小的范围内。

6. 投资必要的保险。或许你已经发现,在现实生活中一旦生病住院或遭遇意外事故时,都会严重增加经济负担,甚至很有可能使自己陷入经济困境之中。但是如果投资一些医疗保险或者意外保险就能够避免这些情况的发生。

7. 教育孩子从小就要养成对金钱负责的态度,不乱花钱。小孩方面的经济支出是很多家庭的一项主要支出,如果能够让孩子支出合理化,那么会为家庭节约出一大笔钱。关于这方面,作家史蒂拉·威斯顿·图特教育孩子理财的方法值得借鉴。他在银行为女儿开了一个专门的存折,并将它交给了9岁的女儿,女儿可以把自己的零用钱存进去,当需要用的时候又可以支取。在这个过程中女儿不仅从中学到了很多知识,而且也领会了对于理财的责任感。

总之,学会了理财,将我们的收入放到最需要的地方,对金钱做最合理的支配,这样我们就能轻松愉快地过一生了。



黄金投资：财富保值的最佳选择

受到美国次贷金融危机的影响,2008年以来,股市一直呈现低迷状态,因此继“股民”、“基民”之后,越来越多的投资者开始加入到“金民”的行列之中。许多投资者开始将自己的资金投入到了金市寻金。的确,在股市不景气的行情下,黄金投资是最具潜力的投资品种,那么,黄金投资到底具有怎样的吸引力呢?

黄金作为一种硬货币,其主要功能有不变质、易流通、保值、投资、储值等。尤其在政局动荡、在不确定的经济情况下,纸币往往会严重贬值,但是黄金却仍然可以保值,仍然可以充当货币。当然,随着国际事务的变化,黄金的价格也会相应起伏。因此,黄金以其特有的保值特性,以及其无国界性受到人们的青睐,成为一种永久、及时的投资方式。

总的来说,黄金作为一种世界范围的投资工具,主要具有这样一些优点:全球都可以得到报价,有效抗通货膨胀,税率比股票低很多,金价走势公平公正,产权转移容易,典当方便等。正是这些优点使黄金成了货币之王。

了解了黄金投资的诸多优点,相信你也正在考虑黄金投资,那么你是否了解黄金投资的品种呢?在我国,现阶段黄金投资品种主要有以下三种:

1. 实物金。实物金包括金条、金币和金饰。与其他投资方式相比黄金交易往往涉及金额较高,但是却没有财务杠杆作用,没有利息收益。而且金饰买入的价格一般远远高于卖出的价格,所以视为投资并不适宜;而金条及金币由于不涉及其他成本,是实物金投资的最佳选择。

金币包括纯金币和纪念性金币两种。纯金币美观、可鉴赏、流通变现能力强且能保值,黄金含量有多少,其价值就是多少,而其价格随国际金价波动而起伏。纪念性金币更具有较多纪念意义,主要是满足爱好者的兴趣,投资增值方面的功能不大。

金条和金块是黄金现货市场上实物黄金的主要形式,主要有低纯度的沙金和高纯度的条金之分。在其市场交易过程中黄金生产商、提炼商、中央银行、投资者和其他需求方都有不同程度地参与,经纪人从中搭桥赚佣金和差价,银行为其融资。黄金现货报盘价差一般为每盎司 0.5~1 美元。

此外,做黄金现货投资有两点是需要注意的:①须支付储藏和安全费用。②持有黄金无利息收入。

2. 纸黄金。所谓纸黄金,就是黄金的纸上交易。投资者通过预先开立“黄金存折账户”进行买卖操作并不接触实物金,当然黄金的价格一般不会受到银行的随意操纵,而是根据国际金价实时调整。一般来说纸黄金主要具有以下优势:

①安全性高:纸黄金是通过黄金存折账户进行交易,不需要投资者担心黄金的储存和保管,因此安全性较高。

②成本低:纸黄金采用记账的方式来交易,而非实物金交易,因此其交易成本相对较低。

③变现速度快:纸黄金的变现速度很快,可以实现瞬间变现到账,而不像基金需要几个工作日才可以;而且与其他投资方式相比,纸黄金交易更具有弹性,只要投资者愿意,甚至可以一分钟之内买进后卖出,而这在股市上是不可能实现的。

④交易方式规范:纸黄金的价格是由国际金价来决定的,银行不能为了自己的利益而随意操控,所以投资者不用担心银行操纵价格给自己造成损失。

⑤手续费低:与其他投资方式一样,纸黄金的交易也需要支付手续费,但是却不是按交易金额的百分之几收取手续费,而是按照黄金数量来收取

的,因此其手续费远远低于股票、基金的手续费,而且这一比率会随着金价的上涨而下降。

3. 黄金期货。黄金期货交易也就是人们常说的“炒金”。买卖双方都在合同到期前出售和购回与先前合同相同数量的合约,也就是平仓,而不会真正交割实物金。而一前一笔相反方向合约买卖的差额就是黄金期货买卖的利润。其主要内容包括保证金、合同单位、交割月份、最低波动限度、期货交割、佣金、日交易量、委托指令等内容。

一般来说,黄金期货具有较大的杠杆性,一般只需 10% 左右交易额的定金作为投资成本就能够推动大额交易,因此黄金期货买卖又称“定金交易”。具体地说,黄金期货投资主要具有这样一些优点:①流动性较大,在任何交易日合约都可以变现。②灵活性较大,只要投资者愿意就可以在任何时间入市。③委托指令具有多样性,如即市买卖、限价买卖等。④市场集中公平,在开放条件下,其主要市场的价格基本一致,投资者不必担心因期货买卖价格被操纵而蒙受损失。⑤品质保证,投资者不必为其成色是否如合约所述担心,也不必花费鉴定费。⑥安全方便,投资者不必花费精力和费用保存实物金。⑦杠杆性加大,能够以少量定金推动大额交易。⑧套期保值作用,可以通过对冲(即利用买卖同样数量和价格的期货合约)来弥补黄金价格波动带来的损失。

黄金期货投资虽然具有许多投资优点,但因为操作过程需要投资者具有较强的专业知识和判断市场走势的能力,再加上市场投机气氛浓厚,因此投资风险较大,是一项比较复杂和劳累的工作。



股票：全民参与的财产增值投资

2008年1月份CPI达到7.1%，2月份达到8.7%……CPI（消费者物价指数）越来越高，如果人们不通过投资保值自己的财富，那么财富就面临着缩水、甚至蒸发。在通货膨胀面前，想要单纯依靠银行存款来抵御通货膨胀是不现实的；而债券、固定资产、黄金等投资方式，也各有不足。专家们指出，面对通货膨胀，最理想的抵御方法就是股票投资。

说起股票，这已经成为人们茶余饭后的话题了，是当下最流行、最火爆的投资工具。从短期来看，股票具有很大的风险，稍有不慎便会血本无归。而随着金融危机席卷全球所带来的股市低迷，股民们的危机意识仿佛开始苏醒，投资变得相对谨慎，这显然是付出巨大代价后才得来的教训。当然，这并不是说短期股票投资就不可取，只要做好了准备，同样能够利润滚滚来。打定主意要进入股市一展身手的投资者们一定要做好如下准备：

1. 加强自身的金融素养。对于什么都不懂就敢贸然投身股市的人，只能用五个字来形容“无知者无畏”，“无畏”固然是好事，但是要想赚钱恐怕只能凭运气了。只不过你的运气未必就好，一旦出师不利，也只能怪自己有勇无谋了。所以，在入市之前，一定要加强自己对金融市场的了解，对于投资知识、政策、法规都要有所了解才是，切忌盲目跟风误了自己的“钱”程。

2. 选择证券公司开户。既然要炒股，那就需要先申请开通交易，这些需要通过证券公司去办理各种相关手续。一般现在的开户手续都比较简单，不需要花费多少时间来办理。但是在选择证券公司方面也要做好选择，因为每个证券公司的交易收费和提供的信息内容是不同的，所以开户之前

最好先做好了解,选择性价比高的证券公司开户。

3. 做好“最坏打算”的心理准备。虽然排在最后,但却是最重要的,如果抱着“只要赚钱,不能赔钱”的打算,那么你还是别进去的好。要知道,股市不仅有“风险”,而且还很“危险”,稍不留神没准儿还会让你倾家荡产。所以,心理比较脆弱的人,还是好好待在一边做观众吧。

如果所有的准备你都做好了,还需要谨记一点:炒股一定要用“闲钱”。

短期股票投资充满了风险,但是从长期来看,股票的风险并不是很大,而且股票的收益率几乎不会受到通货膨胀的影响,是一种出色的长期保值工具,这一点已经通过海外大量的历史数据得以证明。

在已经具有 200 年历史的美国的证券市场就有数据显示:

在过去的 195 年中,剔除通货膨胀率以后,股票实际复合收益率平均每年为 7%,也就是说股票投资所带来的财富增值战胜通货膨胀 7 个百分点。更值得人们注意的是,股票的实际收益率竟然表现出稳定性:1802~1870 年是年均 7%;1871~1925 年是年均 6.6%;1926~1997 年是年均 7.2%。即使在第二次世界大战以后,美国通货膨胀最严重的时期,其收益率仍然保持在年均 7.5% 的水平。当然,我们所说的这些收益率都是剔除了通货膨胀率之后的。

而与股票相比,长期债券、短期债券以及固定资产投资的收益率都远远不如。在 1802~1997 年,股票比长期政府债券的实际收益率高出了一倍,而比短期政府债券的收益率则高出更多。

由此可见,股票投资的确是一种抵御通货膨胀非常有效的财富增值手段。当然,并非所有的股票都可以帮助你抵御通货膨胀,像那些基本面很差、赢利能力缺乏、在未来一段时间内很有可能破产的股票,不仅不能帮你抵御通货膨胀,而且有可能让你血本无归;而那些赢利能力强的、有自主定价权的股票则能够帮助你有效实现财富增值,比如可口可乐。

巴菲特就是可口可乐股票的长期持有者,从 1987~2003 年,16 年间巴

菲特始终毫不动摇地持有一定数额的可口可乐股票,而他也因此而获得了高额的回报,他获得了高达 681.37% 的投资收益率。尽管这期间可口可乐的股票也一度呈现下跌趋势,在 1997~1998 年间,巴菲特对可口可乐股票的投资回报率从 56.6% 下跌到 42%,1998~1999 年其投资回报率又迅速从 42% 下跌到 35%。在此期间,许多投资者纷纷抛售股票,但巴菲特坚持相信对其强大长期竞争优势的判断,而决不把股价的一时涨跌作为持有还是卖出的标准,果然在可口可乐公司解雇原 CEO 艾维斯特,聘任达夫为新 CEO 后,可口可乐就重振雄风,继续为巴菲特带来高额投资回报。

也就是说,只要选好了股票,股票就能成为低风险、同时能够有效帮助你实现财富增值的一种理财方式,是投资者不错的选择。



炒股：选择质地优良的股票

股票选择得好,能够为投资者带来巨大的投资收益;选择得不好则会让投资者血本无归。那么,面对股市上琳琅满目的股票,投资者应该如何为自己挑选质地优良的股票,以实现财富增值呢?

第一,要严格挑选股票,投资那些具有“惊人”绩效的股票。一个卓越的投资者必须严格挑选股票,不能随便、逐大流地乱选,一定要有“股不惊人誓不休”的精神,要选就选那些具有惊人绩效的股票。

一般来说,惊人的股票包括两方面内容:①能够在你的有生之年涨幅达到100倍以上的股票。也许听到“100倍”你会觉得很吃惊,但其实这并不罕见,比如沃尔玛和微软公司上市30年,但是其股票值已经涨了500~600倍之多;还有万科,1990年其原始股股价为1元,现在已经涨了将近1400倍。②选择那些“万千宠爱在一身”的股票,你所选择的股票应该具有多种独一无二的竞争优势。

第二,挑选具有独一无二的竞争优势的公司的股票。要注意,这个“独一无二”是非常重要的,一家具有这样优势的公司能够让你迅速地将它和一般公司区别开来,当然如果你用了半个小时仍然找不出一个它“独一无二”的特点,那么即使目前看来它的走势很好也应该考虑放弃购买该公司的股票。具体来说,这种“独一无二”的优势主要体现在以下6个方面:

1. 垄断优势。从经济学的角度来说,当只有一家或者少数几家公司控制着整个行业的生产和销售,那么这少数的公司就对行业形成了垄断,通

俗地说,就是独家生意或者独家经营。因为具有垄断优势,根据“强者恒强”定理,能够撼动其霸主地位的对手就极少,而其股票收益率也比较稳定。

例如,万事达或维萨两家国际组织垄断了信用卡,而可口可乐和百事可乐垄断了世界的碳酸饮料的市场等。

2. 资源优势。在经济学中,由于资源具有稀缺性,因此,谁拥有了资源,谁就占据了竞争优势,并且谁占据的资源越多、越稀有,谁的竞争优势就越大。

例如江西铜业拥有铜矿资源,但是许多铜业公司也有铜矿,而拥有石油资源的在中国就只有中国石油,其资源的稀缺性远高于江西铜业,因此其竞争优势就比江西铜业更大。

3. 品牌优势。许多企业都拥有自己的品牌,但品牌是否占有市场、是否具有优势才是关键。一个独一无二的品牌或同行业中数一数二的品牌能够使企业具有很强的竞争优势。

例如号称国酒的茅台,号称国药的同仁堂,还有世界知名的体育用品公司耐克和阿迪等。这些公司运营收益要比一般公司高得多,而其运营风险也要低得多。

4. 能力技术优势。在现代市场竞争中,能力技术已经成了公司的核心竞争力。一家拥有能力技术的公司往往都能发展壮大,而其股票价值也以惊人的速度增长。

例如,万科公司,其管理团队极为优秀、能力很强,堪称地产界第一,凭借这种优势,它终于有了自己强大的品牌,跻身行业巨头之列;还有微软公司也是凭借这种优势发展壮大的。具有能力和技术优势的公司,往往能够持续高速发展,给投资者带来丰厚的回报。

5. 政策优势。政策优势主要是指政府制定的政策法规有利于其发展,这样的优势能够在很大程度上为企业的发展扫平道路。

例如香槟酒。香槟是法国一个地方,而政府规定只有香槟生产的气泡酒才能叫香槟,别的地方生产的气泡酒都不能叫香槟,这就为其发展创造了有利条件。投资者投资这样的企业风险小、收益大,因为这样的企业有政府的扶持。

6. 行业优势。分析企业所在行业是否具有优势,是投资者作出投资抉择时非常重要的一步,有时这甚至关系到投资的成功与否。

具有优势的行业往往拥有众多的牛股,对其进行投资获利的可能性高,比如航天业;而不具行业优势的行业往往牛股稀少,对其进行投资获利的概率低,比如食品饮料行业。

第三,选择具有极强的赢利能力的公司或企业。在选择的时候,除了要考虑到公司所具有的优势,还要着重考虑公司的赢利能力。

像自来水、电力、燃气、桥梁、高速公路、铁路等公用事业公司,虽然具有明显的垄断优势、政策优势,但是由于其价格受管制,因此赢利能力并不高,而没有赢利能力的公司并不能为投资者带来多少回报。因此要选择那些具有竞争优势,同时还具有赢利能力的公司的股票。

一般来说,其年利润增长率不能低于 20%,如万科、茅台、招商银行等,它们每年的利润增长率都超过了 30%,这就是投资者们很好的选择。

第四,挑选竞争优势和赢利能力具有持续性的公司的股票。买股票就是买未来,长寿的企业才是投资者的首选。

一家公司要在某一段时间内具有优势和赚钱不难,但是持续几十年甚至上百年地具有优势和赢利则比较困难,而这种持续性却能够大大降低投资风险。

例如,传呼机刚生产时风光无限,但很快就被手机取代而被市场淘汰出局。如果投资者选择了传呼机企业来进行投资,就很有可能血本无归。

第五,选择股票价格合适的股票。好公司加上好价格才是好股票。那

么怎样的股票才算具有好价格呢？

一般来说，这要求股票具有很大的“安全边际”，如果股票的买进价格远低于其应有的价值，那么这样的股票就是具有安全边际的，而这个价值差越大，其安全边际也越大。“安全边际”非常小的股票，一定不要选，这样的股票的收益空间是非常有限的。

股票作为当下最流行、最热门的投资工具。要想运用好这个工具来为你的财富增值，就必须掌握好挑选股票的方法，精挑细选地进行股票投资。



九一法则：存下人生的第一桶金

一个没有储蓄习惯的人,是不可能成为一个富人的。储蓄是财富增值的第一步。任何财富的积累都是从储蓄开始,一步一步走向辉煌的。

曾经听过这样一个故事:

一个富人有一位穷亲戚,他十分同情这位穷亲戚,想帮他致富。于是,富人送了一头牛给穷亲戚,并告诉他说:“我送你一头牛,你好好地开荒。等春天到了的时候,我再送你一些种子,这样到秋天的时候,你就能获得丰收,脱离贫穷了。”

一开始,穷亲戚也踌躇满志地开荒。可是几天过后,牛要吃草,人要吃饭,日子反而比以前更难过了。于是,穷亲戚把牛卖了,买了几只羊。他打算,先杀一只羊解决温饱问题,剩下的羊养着生小羊,然后,小羊变大羊,羊再生羊……最后,可以赚更多的钱。

起初他实施得很好,然而,在他吃完一只羊以后,大羊还没有把小羊生下来。他又想反正也不是只剩下一只羊,于是他忍不住又吃了一只。直到只剩下一只羊的时候,他想这样下去不是办法,不如把羊卖了换成鸡。鸡生蛋,蛋变鸡的速度要快一点,而且鸡蛋也可以卖钱,日子应该会好转。

计划实施了几天后,他又忍不住杀鸡了,最后,终于杀光了所有的鸡。等到春天,富人来给他送种子了,然而,富人看到他正就着咸菜喝酒呢,牛早就没了,他也依然一贫如洗。气得富人一甩衣袖走了,再也不管他了。而他被自己的习惯所害,注定了要一生都在贫穷中挣扎。

穷人大都习惯于吃光花净,今朝有酒今朝醉,明日愁来明日愁,不花掉

身上的最后一分钱绝不回家。这样的习惯将使自己与财富无缘。

储蓄是理财的第一步,一定要坚决地执行。没钱时,不管怎么困难,也不要动用积蓄。积蓄是财富的种子,如果我们把种子都吃掉了,那么致富也就成为不可能的事情了。

因此,如果我们不甘贫穷的话,就一定要养成储蓄的习惯,宁肯饿肚子,也要把储蓄留下来。

收入是河流,财富是水库,支出就是流出去的水。要想水库里有水,就要关上闸门,让河水一点一点地流进来。同样,我们的第一桶金一定要靠“攒”才有。

有一个人从穷人变成了一个非常富有的人,有很多人来向他请教致富的方法。而他却反问来求教的人说:“如果每天你能拥有 10 个鸡蛋,但你每天都只吃掉 9 个,把剩下的那个放进篮子里,最后会如何呢?”

所有的人都回答:“篮子再大,早晚都得有装不下的一天。”

富翁笑着说道:“致富的首要原则就是如果你有 10 个硬币,最多只能用掉 9 个,一定要留一个下来。”

九一法则是理财的首要法则:至少把自己收入的 10% “攒”起来放在钱包里。无论什么情况,都不破例。即使你的收入只有一块钱,也要存起来一角。水库流进来的水比流出去的水多,即使这个差量很小,水库也有被放满的时候。同样,只要我们坚持“攒”的习惯,我们就能为自己攒够第一桶金。

要想为自己存下人生的第一桶金,就必须坚持“先储蓄后消费”的原则,让自己养成“攒”的习惯。

大家都知道,哈佛教育出来的人,大都和贫穷不沾边。这在很大程度上归功于他们严格遵守哈佛教条:储蓄工资的 30% 是硬指标,剩下的才消费,必须完成储蓄后才能进行消费。

巴菲特说他从小就有储蓄的习惯,从 6 岁开始,每月存 30 美元。到 13

岁时,他用自己存得的第一桶金——3000 美元,买了一只股票,终于迈出了追求财富的第一步。巴菲特年年储蓄,年年投资。储蓄和投资已经变成了他不可改变的习惯,如今他 85 岁,是美国首富,比“微软”创始人比尔·盖茨还富有。

因此,谁如果不想穷一辈子,谁就一定要养成“先储蓄,后消费”的合理储蓄习惯。将每个月薪水的 15%~30% 先存起来,用于储蓄或投资;剩下的才能消费,并且严格规定自己只能用剩下的这部分钱进行消费开支。消费不能超支,储蓄不能动用,而且没有例外。



储蓄管理：不可不知的储蓄知识

你既然决定要开始存钱,那么对于存储的基本知识就不能不闻不问。尽管已经有了多年存取款的经历,但是那不代表你已经全部掌握了储蓄知识。下面就来看一看有哪些你还不清楚或者没听说过的,这些你没有接触过的知识是不是能为你的储蓄带来更多的收益呢?

1. 最普遍的“活期存款”。活期存款在我们的生活中可谓是最常用的了。随便在银行开户户、办张储蓄卡,你的银行户头就会被自动设定为活期存款。活期存款是没有期限规定的,可以随时存取现金,它以一元为起存点,多存不限,凭借储蓄卡或存折存取现金,利息比较低,一般为每季度结算一次。由于存取都比较方便和自由,所以是大多数人比较常用的一种资金存储方式。

2. 比较常用的“定期存款”。定期存款是约定好存款期限,到期后一次性支取本金和利息的存储方式。人民币存储期限一般分为三个月、半年、一年、二年、三年和五年六个档次,外币存期分为一个月、三个月、六个月、一年、两年五个档次。其特点为:可提支、可挂失、档次多、利率高。由于利率较高,比较适合大额短期不用的资金的存储。

3. 白领常用的“零存整取”。零存整取是指开户时约定存期、分次每月固定存款金额、到期一次支取本息的一种个人存款。存期分为一年、三年、五年,一般五元起存,每月存入一次,中途如有漏存,应在次月补齐。利息按存款开户日挂牌零存整取利率计算,计息按实存金额和实际存期计算,到期未支取部分或提前支取按支取日挂牌的活期利率计算利息。通常很

多拿固定工资的白领和职工会以这种方式敦促自己储蓄,以保证每月按时存款。

4. 与零存整取刚好相反的“整存零取”。这种存款方式刚好与零存整取相反,它指在开户时本金一次性存入,并在约定的期限内分次支取本金的一种存款方式。整存零取以 1000 元起存,由存款人与银行商定支取时间和次数,存期分一年、三年、五年,支取期分一个月、三个月及半年一次。利息按存款开户日挂牌整存零取利率计算,于期满结清时支取,到期未支取部分或提前支取按支取日挂牌的活期利率计算利息。这种方式一般适用于限制个人固定支出和消费。

5. 较少用到的“存本取息”。存本取息是指在存款开户时约定存期、整笔一次存入,按固定期限分次支取利息,到期一次支取本金的个人存款方式。它一般以 5000 元起存,存期分一年、三年、五年。可以在开户时约定的支取限额内多次支取任意金额,利息可一个月或几个月支取一次,利息按存款开户日挂牌存本取息利率计算,到期未支取部分或提前支取按支取日挂牌的活期利率计算利息。

6. 关于“定活两便”。这种存款方式是定期和活期存款的结合,它不必与银行预定存款期限,银行根据客户存款的实际存期按规定计息,可随时支取。存期不足 3 个月,利息按支取日挂牌活期利率计息;存期 3~6 个月的,利息按支取日挂牌定期整存整取 3 个月存款利率 6 折计息;存期 6 个月到 1 年的,整个存期按支取日定期整存整取半年期存款利率 6 折计息;存期 1 年以上,整个存期一律按支取日定期整存整取一年期存款利率 6 折计息。

7. 不太常用的“通知存款”。通知存款是指在存入款项时不约定存期,支取时事先通知银行,约定支取存款日期和金额的一种个人存款方式。这种存款的起存金额较高,一般为 50000 元人民币或等值的 5000 美元。个人通知存款按存款人选择的提前通知的期限长短划分为 1 天通知存款和 7 天通知存款两个品种。就是说客户需要提前 1 天或者 7 天向银行发出支

取通知,其中1天通知存款的存期最少为2天,7天通知存款的存期最少为7天。个人通知存款需一次性存入,可以一次或分次支取,但分次支取后账户余额不能低于最低起存金额,当低于最低起存金额时银行给予清户,转为活期存款。

8. 关于“外币储蓄”。外币储蓄存款的货币种类为美元、英镑、欧元、瑞士法郎、日元和港币等,存款种类分为活期和定期。定期存款的存期为一个月、三个月、六个月、一年、二年五档,按照存款账户的性质又可分为外汇户和外钞户。凡从境外汇入、携入和境内居民持有的可自由兑换的外汇均可存入外汇账户,从境外携入或个人持有的可自由兑换的外币现钞,均可存入外币现钞账户。

以上存款方式,有的适合短期计划,有的适合长远安排。不同的存储方式,适合的人群也不尽相同,你想要通过存款来积累财富,就要选择适合自己的存储方式,在存储之前不妨先对存储知识和方式进行一下了解,这样才能做到有的放矢,找到最适合自己的存款方式。



个人财务报表：分析你的财务状况

曾经看到过这样一个针对年轻人的有趣的网络投票,用四个字形容你的经济状况(可多选):

财大气粗,小小幸福,平民百姓,时好时坏,捉襟见肘,一贫如洗,揭不开锅,财政崩溃,金融危机,破产重组,穷困潦倒,等待支援,穷啊穷啊……

在近三万的投票中,得票最多的是最后两项:“等待支援”和“穷啊穷啊”,投票支持率均超过半数以上。而“财大气粗”和“小小幸福”的支持率相对是最低的,两者加起来支持率也不过一千有零而已。

对此投票,人们的点评是:无论是发起人还是参与者都非常有“娱乐精神”,既娱人又娱己,将自己的财政问题用幽默的语言吐露出来,也算是苦中作乐吧。投票的形式虽然不够专业和严谨,恶搞的成分也不能排除,但是时下年轻人的财政状况也确实可见一斑。

如果让你选择,你会把票投给哪一个呢?是不是也会趁此机会来倒一倒自己的苦水呢?

不管怎样,看来大家的日子都不怎么好过,要不也不至于全都站到“等待支援”的阵营里大呼“穷啊穷啊”。至于不好过的原因是什么,虽然各有各的说法,但是其中一点必然与自己的吃穿用度没有盘算、不懂节制脱不了干系。

如果你也认为这种观点符合自己的实际情况的话,那么也应该对自己的财务状况进行一下深入的分析了。对自己或家庭的财务现状进行分析,是理财过程中一个非常重要的步骤。财务状况不明就没有办法对自己的

收入和支出做出合理有效的分配,也就是说就算你的薪水再高、收入再多,都有可能出现个人财政危机。

资产负债表、现金流量表、损益表,这是三张企业不可或缺的财务表。虽然个人行为看起来要比企业行为简单得多,但是这“吃穿住用行”要全部打理得井井有条也不是一件轻松的事儿。所以,不妨向企业取取经,建立起自己的财务报表吧,它能够帮你有效地梳理个人或家庭的收入支出和资产负债情况,让你对自身的财务状况一目了然。至于具体做法,理财专家给出了以下五个财务指标供参考:

1. 你的负债比率。这是个人负债总额与个人总资产的比值,是衡量个人财务状况是否良好的重要指标。其计算公式为“ $\text{负债比率} = \text{负债总额} / \text{总资产}$ ”。

若想自己的财政状况不出现危机,那么你负债比率的数值就需要小于0.5,这样才能防止流动资金不足导致的财务问题。

2. 个人偿付比率。偿付比率是净资产和总资产的比值,反映的是个人财务结构的合理与否。其计算公式为“ $\text{偿付比率} = \text{净资产} / \text{总资产}$ ”。

通常,偿付比例的数值变化应控制在0~1之间,以0.5最为适宜。太高或太低都不稳定,如果太高就说明自身没有将个人的信用额度充分利用起来,太低则说明你的生活很可能是在靠借债来维持。

3. 负债收入比率。负债收入比率是指到期需支付的债务本息与自身同期收入的比值,它衡量了一定时期内你的财务状况是否良好。其计算公式为“ $\text{负债收入比率} = \text{每年偿债额} / \text{税前年收入}$ ”。

一般负债收入的比率应该控制在0.5以下较为安全。如果比值过高,那么你在进行借贷融资时就会出现一定的困难,银行很可能不愿意把钱借给你。

4. 流动性比率。流动资产由现金、银行存款、现金等价物及货币市场基金构成,是未发生价值损失条件下可以立即变现的资产,流动性比率反映了你支出能力的强弱。其计算公式为“ $\text{流动性比率} = \text{流动性资产} / \text{每月支出}$ ”。

对于你而言,你的流动性资产应该以能够满足自身 3~6 个月的日常开支为好。流动性比率的数值不宜过大,因为流动资产本身的收益通常不高,如果数值过大就会影响你的资产进一步的升值潜力。

5. 投资与净资产比率。它是个人投资资产与净资产的比值,反映了你通过自身投资提高净资产的能力,其计算公式为“投资与净资产比率 = 投资资产 / 净资产”。

投资与净资产比率的数值应该保持在 0.5 左右比较合适,这个数值既能够让你保持适当的投资收益,又不会将你推向高风险的边缘,对你而言算是比较适宜的。

通过对自身财务状况的分析,想必你也已经对自身的财务状况有了一定的了解,也知道怎样的数值对自己是有利的。那么不妨更加积极一些,去优化自己的财务现状,把自己的财务纳入合理的轨道上来,相信不久的将来你就能看到它为你带来的巨大收益了。



账客：轻松记账小窍门

什么是账客？顾名思义，账客就是拥有自己的账本，并且有良好记账习惯的人。这样的人用账目记录生活，一本本“流水账”都是对幸福生活的美丽总结。

至于账客们是怎么记账的？这个问题需要问吗？不就是一支笔一个本子做个记录吗，连小学生都知道！

错！记账可不是一件简单的事儿，能坚持记账十年以上的人可谓凤毛麟角，多数人要么三天打鱼两天晒网，要么半途而废，无功而返。人们无法养成记账习惯的原因有很多，除了动力不够、精力不足外，太琐碎也是原因之一，很多人觉得似乎不值得为了记录那些鸡毛蒜皮的零碎支出费这么多的工夫。

难道就没有一种记账的方式简便易行，能让人们不再望而生畏，甚至爱上记账这事儿吗？

当然有！要知道，记账也是需要技巧的，这些技巧完全可以帮助人们养成并保持记账的好习惯。现在就来为大家介绍一下这些记账小窍门。

1. 概略记录。日常生活点点滴滴的花费相当琐碎，能够逐项记录当然最好，不过对于那些纯粹因为这个因素而放弃记账的人，就可以使用仅记录大略支出的方式来代替。例如，每日三餐加起来总共 20 元， $20 \times 30 = 600$ （元）那么，一个月的伙食费即可直接记录为 600 元。其他项目也可比照这种做法办理，例如房租、水电费、电话费等，简化记账方式、记录重点。这样做既不拖沓，又不啰唆，很容易就能让人们的记账习惯维持下去。

2. 分门别类。即使是不怕麻烦而事无巨细地记了一大堆流水账的人,事后也往往会因为账目的杂乱无章,搞得脑子一团糨糊,而没办法再看上去,最后成了压箱底的传家宝,却对生活一点用处都没有。

所以,在流水账般的逐项记载后,最重要的工作就是分类。流水账可以运用传统的纸笔记录,分类记账则最好选用现代的高科技为自己服务。建议人们使用 Excel 软件或记账专门软件。按月份、星期、单日区分,设计所需项目,设定收入与支出识别颜色,以便自己更清楚、更方便地检视账目。这项工作不用天天做,每个月用一天处理即可。可以在月初或月底,也可以在发薪日,把上个月的收入与开支做总整理,同时也可估算下一个周期的开支预算。

3. 支出检讨。记账的目的并不是为了单纯知道自己的消费能力,知道自己把钱花在哪儿并不代表以后会省着花、不乱花。所以,仅仅是流水似的记录每日消费还不够,更重要的是要从这些数据中分析出省钱的技巧。在收入面,想想有没有其他开源的可能性;在支出面,检视每笔花费是否必要与合理。

对消费记录的分析,可以不断改进自己的消费结构,可以发现日常饮食中多了什么、少了什么,以便及时调整,保证营养与健康;可以发现是否少了运动、会友、与亲人团聚、娱乐等对健康有帮助的活动,并且及时调整,让自己的生活更加丰富多彩。

除了以上的记账要领外,如果想持之以恒地将流水账记下去,就一定要选择适合自己的记账方式,没有什么记账方式是最好的,最好的就是最适合自己的那一个。你可以做如下选择:

1. 传统的记账方式:纸笔。适合不擅、不愿或不屑使用电脑的人。传统记账方式简便易行、容易操作,如果再加上一支可爱的笔和一款心仪的账本,就能让你乐于和它亲密接触了。

2. 清晰的记账方式:Excel。最大的特点是条理清晰、便于分类和查阅,

适用于思路清晰且不惧电脑辐射又离不开电脑的人。

3. 省事的记账方式: 记账理财软件。软件设计者已经将你能想到和你没想到的记账要求都帮你设好了, 你只需按照程序提示填空即可。你不如将记账当成填字游戏, 自然就不会觉得枯燥, 心里也不会有什么负担了。

4. 透明的记账方式: 在线记账。对个人隐私要求不高, 或是喜欢交友的人, 可以选择这种方式。这样记账的好处是透明度比较高, 可以通过网友监督来开源节流、减少浪费。当然前提是不能将不合理的消费刻意隐瞒和掩饰。

选择适合自己的记账方式, 可以让记账变成一件轻松愉快的事情, 让你不再为记账所累。

当然, 无论选择什么样的记账方式, 你记账的目的都是要从日常的花销中找出不合理的消费倾向, 进而改变这种倾向, 从而完善自己的消费体系, 让自己生活得更加清醒、更有质量。当你从记账当中发现自己原来有这么多的消费漏洞, 原来可以省下这么多钱来的时候, 你的心里是不是也会燃起小小的自豪感呢?

在自豪的同时, 别忘了还要时刻给自己催眠: 记账一点儿都不麻烦, 而且很有趣, 我喜欢记账……总之就是让自己坚持下去! 掌握了以上小窍门并且咬紧牙关、持之以恒, 你就能对自己的财富做出最合理的分配。即使你现在暂时还没有足够的财力让自己成为“财人”, 你也已经具备了成为“财人”的条件, 因为你已经掌握了自己的财富!



理财有道：向世界巨富们看齐

一个人仅靠运气是决计不可能成为富翁的，能成为富翁的人，势必都有一套“鸡生蛋，蛋再成鸡”，或者“滚雪球”一样的行之有效的理财方法。那么，这些富翁到底有哪些看家的理财之道呢？

比尔·盖茨的理财之道

世界首富比尔·盖茨的钱财增长速度快得让人咋舌，从他创业到成为世界首富只用了 13 年时间。对此，美国传媒也是称赞不已，经常不由自主地把他神化。比尔·盖茨的理财方法究竟是怎样的呢？

1. 组合投资。不将鸡蛋放在一个篮子里。和许多人一样，为了规避风险，比尔·盖茨往往不会将资产都放在一个项目上，而是进行多元化的组合投资。比尔·盖茨在股票、债券、房地产、货币、商品等方面都有投资。据悉，比尔·盖茨将除股票以外大部分个人资产都投资到美国政府和各大公司的债券上，所占比例高达 70%，而其余部分的分配是：15% 直接贷给了私人公司，10% 投到了其他股票上，5% 则投在了商品和房地产上。

2. 生活开支如同炒菜放盐。我们都知道炒菜加盐，少了，菜淡而无味；多了，苦咸难咽。在理财方面，比尔·盖茨始终坚持这样的原则：不该花的钱一分都不花，该花的钱也毫不吝啬，每一分钱都要物尽其用。据说，有一次比尔·盖茨去希尔顿酒店，因找不到停车位，他的朋友提议把车停在饭店的贵宾车位。比尔·盖茨却坚决反对，他认为贵宾车位的收费并不合理，而多花几美元去停车是不值得的。

3. 请“金管家”，不为理财劳神费力。比尔·盖茨是电脑方面的奇才，但

对于理财,他却算不上专业。于是,他聘请了“金管家”——33岁的劳森,当他的投资经理。事实也证明,比尔·盖茨这种善于借助他人之力为自己增长财富的方法是卓有成效的。经过劳森的打理,比尔·盖茨名下的两个基金的年纳税额甚至比《财富》杂志500强的后几家公司的净收入还多。

格林斯潘的理财之道

格林斯潘被称为“财神爷”,掌握着美国的经济决策大权,对股市的涨或跌都能起到决定性的作用。虽然由于身份的特殊,他的个人资产在世界上根本排不上号,但是他的投资策略却非常值得我们借鉴。他的投资策略是:

1. 如果钱的可存储时限低于3年,那么就不适合用它做证券投资。
2. 每月用来付分期付款的钱的上限不能超过总收入的50%。
3. 找一个善于理财的伴侣。
4. 投资要把握规律性和系统性。

至于消费方面,他不提倡把钱用来吃喝玩乐,他本人对吃穿都不是很讲究,总是穿白衬衫、黑西服,戴一副老式眼镜。他喜爱音乐、网球和旅游,在这几方面花费他不会吝啬。他乐于把钱借给需要的朋友,他认为这是人情投资,会成为他一生中最大的财富。

亚洲首富李嘉诚的理财之道

李嘉诚在亚洲富豪中位居首席,在多年理财实践中,他总结出了许多很有价值的理财秘诀:

1. 钱用了不可惜,但绝不能浪费它。据说,李嘉诚有一次不慎将一枚一元硬币掉落,硬币滚到了车底下,他正准备蹲下身去捡,旁边的一名印度籍值班人员帮他捡了起来。而他给了这名值班人100元酬谢。很多人都不理解李嘉诚为什么一元钱都舍不得丢弃,但是却给了那名值班人100元。李嘉诚却说:“假如我不拾起这一元硬币,那么让它滚到坑渠里,这一元便会在世上消失。而100元酬谢金,值班人便可将之用去。钱用了并不可惜,但绝不能让它浪费。”

2. 30岁以后重理财。李嘉诚认为:在20岁以前,都是靠勤劳的双手来挣钱;20~30岁之间是将自己的劳力、智力、人脉等资源转化为有形的钱的黄金时间,是资本积累的阶段;30岁以后,由于有一定的资本积累了,因此在这个阶段要以投资理财为主,存钱已不再是财富增长的主要方式,让钱滚动起来,用钱去投资才是理财的重心。

3. 足够的耐心。理财要能够耐得住“寂寞”,因为理财的效果是不可能短时间内表现出来的。理财是以一生的大局为基点的。因此,理财者必须知道理财活动是“马拉松”,而非“百米冲刺”,比的是耐力而不是爆发力。要想投资理财致富,必须经过一个漫长的等待过程。

4. 先难后易。香港首富李嘉诚很坦诚地说过:“赚第二个100万要比第一个100万容易许多。”理财遵循“万事开头难”的定律。因此,一开始,理财的失误和无效都是正常的,那只代表我们理财技巧不成熟,而不能代表理财不可取。

泰国富豪施利华的理财之道

在泰国,施利华无人不知,他有“投资大王”之称,是理财投资界最具争议性的人物。

他起初只是一家股票投资公司的老板,后来靠投资股票赚了几个亿。就在很多人认为他会继续投资股票时,他却大出众人意料地从股票中撤了出来,转而将所有的资产投资到房地产上,孤注一掷。一时间,他被许多人称为“疯子”,并被判定“冒险投资,必将破产”。而施利华坚信:风险越高,投资收益也越高;逃避风险不如利用风险。

三年后,他的孤注一掷,为自己增加了8亿美元的巨额财富。



房产投资：承载梦想的“蜗居”

对于大多数人而言，房子就是自己的小窝，即使是蜗居也要有了才会有安全感。租来的房子再怎么豪华都不是自己的，既没有支配的自由，还要做好随时搬家的准备。

所以，如果你有足够的闲钱，存在银行里利息太低，炒股又担心风险太大，那不妨投资房产。一方面房子可以作为你的个人资产，存在巨大的升值潜能，另一方面可以让你找到家的感觉。即便你不缺房子住也可以用来收租金，而这笔租金在大多数的情况下除了还贷款还有部分剩余，拿来当零花钱也不错。

在房子几乎成为人们终身追求的今天，能有一套属于自己的房子是大多数靠薪水生活的人的梦想。如果经济状况允许，不必非得等到结婚，提前让自己实现这个梦想也没什么不好的。在你完全有能力的情况下，与其为现在的房东“打工”，不如为自己的房产“打拼”。

不过房产投资对于一般人来说应该属于非常庞大的投资项目，所以在投资之前一定要先把各方面的因素了解清楚，让自己的钱花得明明白白。下面就来看一看有哪些房产是适合自己的投资吧。

1. 选地段。“第一是地段，第二是地段，第三还是地段”——这是房地产投资中经过无数次论证的亘古名言。地段好的房子永远受到投资者的欢迎，虽然不好的地段经过发展有可能变成好地段，但是那都是未知数。

而好地段在相当长的时期内(至少是你的房屋所有期内)一定还是好地段,而且可能变得更好。因为好地段的房子所占用的土地通常已经成为不可再生资源,本着“物以稀为贵”的原则,它的价格是会不断上升的。

一个城市中的好地段是非常有限的,因而更具有升值潜力。所以在好地段投资的房产,虽然购入价格相对较高,但也由于其比其他地段有更强的升值潜力而受到投资者的欢迎。如果你的资金比较充裕,不如为自己的房产选个好地段吧。

2. 二手房。在相同地段二手房比新房的价格要便宜,而且一般有成熟的商业区和较好的居住环境。只是由于房产期限和房屋新旧的问题,在价格上占有优势。你如果不是非要住新房不可,那不妨购置二手房。一方面自己居住条件相对便利,另一方面因为位置好、交通便利等优势可以用来出租赚取租金,还可以等待时机出售。

3. 购尾房。许多人都知道“尾货”便宜,“尾房”也是一样的道理。尾房是楼盘销售的收尾阶段剩下的少量户型、楼层或朝向不好的房子,为了不影响下一步的继续开发,开发商在成本已经收回的情况下会把尾房以低于平常价格的方式尽早脱手。你大可以用便宜的价格购进尾房,再以适当的时机用市价卖出赚取差价。

值得注意的是,在购买尾房时也要拿出购买尾货的本事去砍价,以最大限度地减少你的资金投入。

4. 拆迁房。要拆迁的房子买来做什么呢?当然是为了争取拆迁补偿。因为旧城改造、修路等原因,有很多房产是需要拆迁的,而拆迁时房屋的业主通常都会得到一笔优惠的补偿。如果能提前购置一套等待拆迁的房产,通过拆迁补偿来获得收益也是一种不错的投资。只不过,投资这类房产需

要对城市建设和规划有一定的了解,若能消息灵通事先知道哪些房产会被拆迁,而提前投资,得到丰厚的房屋补偿应该不成问题。

不管投资哪种房产,也不管你投资房产的目的是什么,看准时机、衡量性价比都是投资者事先必须完成的一项功课。毕竟对于大多数人来说,房子是人生大事之一,当然马虎不得。还有更重要的一点,投资房产一定要考虑好自己的经济实力,买房是为了让自己生活得更加舒适,如果因此而沦为压力过大、郁郁寡欢的“房奴”那就太不值得了。



基金：积累来的大财富

作为投资的一种重要形式,这里的“基金”指的是由基金管理公司通过发行基金单位,集中投资者的资金,由基金托管人托管,由基金管理人管理和运用资金,从事股票、债券等金融工具投资,然后共担投资风险、分享收益的一种间接证券投资方式。而这种“间接”的最主要体现方式就是托专业人士帮你投资理财。

所以,一般而言,基金较炒股的风险要小很多,又比在银行储蓄的利润要大,所以在近年来比较受大众欢迎。

基金的投资方式一般分为两种,一种是单笔投资,另一种是定期定额投资。对于没有什么投资经验、资金又不太多的人而言,可以选择第二种投资方式,也就是一般所说的“基金定投”。基金定投是指在一个固定的时间以固定的金额投资到指定的开放式基金中,比如在每月6日将600元定期投入某项基金,有点类似于银行的零存整取。

当然,现在的投资方式不用你每个月都跑去银行投资,只要你购买好某项基金,约定好时间、扣款金额,就会每个月自动从你的账户扣款投资。基金定投具有三大优点:

1. 投入定期化聚集了小钱。因为每个人每隔一段时间可能手里就会有一些闲钱,与其在不知不觉中消费掉,不如拿来投资,每个月虽然投入不多,但是时间一长就会积累起一笔不小的财富。

2. 扣款自动化简化了操作。基金定投的办理手续非常简单,只需要到

基金代销机构办理一次性的手续,以后每期的投资金额就会自动从你的银行账户中扣除。

3. 投资平均化分散了风险。因为资金是按每期进行投入,这样投资的成本就会比较平均,有效地分散了一次性投入所带来的较大风险。

了解了基金定投的优点之后,现在就让我们来看看它适合的人群,也看看你是不是包括在里面:

1. 大手大脚的“月光族”。每月工资不知去向的月光一族,如果想要做投资也不是不可能,那就不妨尝试一下这种强制性的投资方式吧。不妨将扣款日期定在你发工资后的第二天或离得相对较近的日子,到时自动扣除,你想花这笔钱也不可能了。因为即使定存在银行里你也许还是会忍不住拿来花的,而拿来投资你想花也花不成了。

既然花不花这笔钱你都会“月光”,那倒不如拿来投资,说不定还能为你带来不小的收益呢。

2. 按月领固定工资的“工薪族”。每个月都有固定的收入,这样就能保证你每个月资金的投入。虽然薪水有限,除去各种费用可能剩余不多,但是又想投资,那就不妨选择小额的定投方式。

在不影响你正常生活质量的情况下,又能实现投资理财的规划,应该是一种不错的选择。

3. 对投资一知半解的金融“菜鸟”们。对于财经知识了解得不是很透彻,对投资更是没有任何把握,但是看到别人投资赚了钱又心痒难耐的投资菜鸟们可以尝试这种方式。一方面,它的投入相对较少;另一方面,有较为专业的人士替你打理,你就不用每天都辛苦地盯着股市的大盘,被红红绿绿的数字变化搅得心神不宁了。

4. 心理承受力不够“坚挺”的人。心灵比较脆弱承担不起太大的风险,

可是又想证明自己理财实力的人,不妨尝试一下这种投资方式。虽然它的收益不能跟炒股和单笔投资相比,但是风险却会因为投资成本加权平均,从而降低整体投资成本,使价格波动的风险大大降低。随着风险的降低,相信许多人也会跟着松一口气。

5. 不会“三天打鱼两天晒网”的长期投资者。因为是定期定额的投资,所以肯定是一种长期的行为。而资金定投也具备稳步获利的优点,它的相对平稳性势必需要一个长期的环境才能体现出来。所以它需要有足够的耐心、恒心和信心,也只有有耐心、准备长期投入的人才能赚得更多。如果想通过短线投资一夜暴富,那这种方式一定不适合你。

6. 为以后某个时间的资金需求做准备的人。如果你已经计划好在未来某个时间点有一项特定的资金需求,你可以通过从现在开始购买定期定额的基金来聚集财富。比如你三年后想出国深造,五年后想买房子,三十年后要有养老钱……除了定期存银行和买保险之外,你还可以尝试这种理财方式。它的风险较小,而且收益比存钱高,同时可以帮你有效地实现积少成多的愿望。到了需要的时候再拿来用,你会发现自己的小积累已经变成了大财富。

至于如何选择适合自己的基金来作为定投对象,除了要考虑基金累计净值增长率和基金分红比率这些相对比较固定的因素外,还要看它波动性的大小。不要以为基金波动性小,就不会有风险,因为它的操作方式相当于有人代你炒股,风险大家分摊,但是并不代表没有风险。所以,你在选择时一定要先考虑好再下注。

其中波动性较大的基金在净值下跌的阶段比较有机会积累较多的低成本份额,当其反弹时获利相对较快,但是风险自然也就比较大;波动较小的基金通常绩效比较平稳,风险较小,但是相对平均成本不会降低太多,获

利比较有限。

不过,由于基金本身的风险已经被降低,相比而言波动较大的基金长期回报率一般会高于波动较小的基金。所以如果你的理财目标是长期的,超过五年以上,选择波动较大的基金反而更加合适;相反,如果是较短时间的,那还是选择波动较小的基金比较好。

当然,具体情况还要具体分析。在购买某项基金之前,一定要事先做好咨询,进行分析对比,选择更加适合自己的,才能获得长远的利益,让自己的财富聚沙成塔、由小变大。



保险：给你的财富系上安全带

创造财富重要，为财富建立安全保障更重要。来之不易的好日子不能说没就没了，然而，在追求财富的道路上，又有那么多不可预测的风云变幻，即使有金山银山，也有可能转眼就失去了。2008年9月15日，美国雷曼兄弟控股公司轰然破产，其债务总额竟然高达6130亿美元。这不就是个很好的说明吗？

人们总说“打江山难，守江山更难”。有一天，假如我们也和雷曼兄弟一样破产了，那么我们饿了、生病了、孩子要上学、父母要养老……这么多的地方需要用到钱，而破产的我们怎么可能弄到这么多的钱来解决问题？那么，有没有什么方法能够防患于未然，让生活和破产前并不会太大的不同呢？做好投资保险，这是对我们的财富和生活质量的保障。

首先，对于保险的投资才是真正的财富。

一个小镇上，有这样两个截然不同的人：一个非常富有，经营着一家大工厂；另一个却过着平凡的生活。然而，两个人却同样在一次意外中离开了人世。

结果，富人的工厂立即陷入混乱，很快破产了，而他的家人也不得不从原来的大房子里搬了出来，生活日渐困苦；而平凡的人的家人，由于得到了保险公司的理赔，虽然悲痛，却仍然过着衣食无忧的生活。

由此可见，财富如果不能在最关键的时候为我们或者我们的家人提供帮助，那么即使再多都是毫无意义的。只有那些能在最关键的时刻给予我们帮助的财富才是真正的财富。而对保险的投资就是这样一笔真正的财富。

其次,投资保险,是未雨绸缪,是对风险的一种管理方式。

只有拥有了投资保险的习惯,我们的人生才会稳健,才会不因前路未卜而忧虑。

人生充满了不可预知的风险,我们不能等到风险发生了才去问“还可以不可以买保险”。投资保险的规则就是:平日要烧香,否则一旦风险发生了,也就等同于你失去了获得保险保障的权利。

再则,保险是我们人生航船所必备的救生艇,不可不备。

我们知道,越是规模大的、豪华的游轮,往往也会配备更多数量的、更高安全系数的救生艇。假使我们要做一次横渡大西洋的旅行,两艘游轮,一艘配有救生艇,一艘没有;有救生艇的游轮比没有的那艘贵几美元。那么,你会选择哪一艘游轮呢?相信绝大多数人都会选择有救生艇的那艘,因为,它提供的安全系数是100%。

因此,对于任何人来说,花适量的钱为自己买一个可靠的保障,都是在追求财富的道路上应该做的安全措施。

当然,随着保险业的发展,保险种类也纷杂繁多。按照被保险人可分为个人保险和商务保险;按照保险标的可分为财产保险、人身保险与责任保险;按照实施的形式分为强制保险与自愿保险;按照业务承保方式分为原保险与再保险;按照保险机构的性质分为商业保险与社会保险。

那么面对众多的保险时,应该如何选择保险呢?虽然保险越多,保障越多,但投保需要的成本也越多。以尽可能小的代价获得较全面的保障才是购买保险的关键所在,而这就需要遵循以下这些基本原则:

1. 要量力而行。也就是说,对保险的投入资金必须与家庭的经济收入状况相符,一般来说,专家推荐保险支出最好是10%~30%的收支结余,这样才能确保你不会无力支付保险,也能够保证保险投资比率充足。

2. 要按需选择。在选择保险的时候,要根据家庭所面临的风险种类选择相应险种。例如,一个家庭的经济支柱是男主人,而男主人的工作危险

程度较高,那么该家庭首先应该为男主人的生命和身体购买保险。

3. 要优先有序。在考虑先购买什么保险,后购买什么保险时,往往是优先考虑损害大、频率高的保险;而考虑到保险都具有免赔额,低于免赔额的损失,保险公司是不会赔偿的,因此对于损失较小,自己家庭能承受得了的,一般不用投保。

4. 要合理组合。将各种保险项目进行科学组合,并综合利用各种附加险,使保险的保险功用最大化。如果你购买了主险种,如果有需要,也可以购买其附加险,这样不仅能够避免重复购买多项保险,如购买人寿险时附加意外伤害险,就避免了再单独购买意外伤害险了;而且与单独的保险相比,附加险的保费明显较低,组合性地购买附加险能够帮助你节省保费。

5. 不要轻易退保。退保要谨慎,主要是基于以下原因的考虑:其一,退保后没有保障;其二,即使退保,你也不能拿回所有的钱,会使你蒙受不必要的经济损失;其三,一般来说年龄越大,保费也越高,一旦以后你需要重新购买,会使你花更多的钱。

其实,如果你需要用钱,不用退保同样可以解决问题。比如你可以持有效保单、通过书面申请向保险公司申请贷款;你还可以减额缴清保费,以减轻自己缴纳保险费的负担。



债券：攻防兼备的投资

曾经记得有一次路过某银行,看到银行门前排了一条长长的队伍,当时还纳闷:最近银行的“生意”怎么这么好啊?一问才知道,大家是在排队等着购买国债。原来如此,那就怪不得大家这么积极了。

之前也听说过债券是一项非常好的投资项目,却不知道原来这是人尽皆知的秘密。基于大众对理财的热情,我们现在就来介绍一下债券投资的种种。

债券是一种有价证券,是社会各类经济主体为筹资而向债券投资者出具的并且承诺按一定利率支付利息和到期偿还本金的债权债务凭证。

我们可以将债券理解为一个贷款协议,债券持有人把钱借给债券发行机构,除了到期后可取回本金,期间持有人也会收到利息。

再说简单一点,债券其实就是一种借据,上面注明借款人、借款数量、还款数量、还款日期、计息方式等内容。只不过借款人变成了国家(政府)、金融机构、企业等大型单位,而且比一般的借据要正规得多,接受法律法规的制约。

债券根据发行主体的不同一般分为:国债、地方政府债券、金融债券、企业债券和国际债券。

其中国债是由中央政府发行,有国家的信用作为担保,可以说是信用最良好的债券品种,被称为金边债券;地方政府债券的发行部门是地方的政府,又称为“市政债券”,相对流通性较低;金融债券由银行等金融机构发

行,流通性和利率都比较高;企业债券一般由各大企业发行,又称为“公司债券”,利率和风险都相对较高;国际债券是由国外各种机构发行的债券,一般在日常理财中较少涉及。

债券的还款期分为短期、中期和长期三种。其中短期债券时效在一年以内,一般分为3个月、6个月和9个月;中期债券的时间为1~5年;长期债券则是5年以上。

人们之所以如此热衷债券投资,说到底还是由债券本身所具有的优点决定的:

1. 债券具有偿还性。债券发行方必须在规定的偿还期限内如期向购买方偿还本金、支付利息。

2. 债券的收益相对较高。与银行储蓄相比,债券的利息一般要比银行高出许多,同时还可以买卖,通过债券市场低价买进高价卖出可以赚取其中的差价。

3. 债券具有一定的流动性。债券在偿还期内可以转让和买卖,也可以拿来作为抵押进行贷款,具有一定的流动性。

4. 债券的安全性较高。相比于风险较高的股票和期货,债券的风险要低得多,在安全性方面仅次于银行储蓄。

基于以上特性,投资者可以在债券票面价格上涨时得到利息和票面价格差价的双重收益;即使遇到票面价格下跌,投资者只要继续持有,等待偿还期的到来,那时最少也能赚到兑付利息,收益一样有保障。进可攻退可守,可以说是攻守皆宜、进退自如。所以,受到投资者的欢迎也是情理之中的事。

债券投资的优点这么多,你是不是已经跃跃欲试了呢?不要着急,这里还有一些投资的技巧要跟大家分享呢。

1. 购买国债好过定期存款。在时间相同的情况下,如果你选择定存,

不如选择购买国债。一方面国债的利息虽然在债券当中属于最低的,但是依然会高于储蓄,而且它本身安全性很高,不会有什么风险。存在银行不如借给国家,在为国家作贡献的同时还得到了高利率作为报酬,何乐而不为呢?

2. 根据收益选择债券品种。我们购买债券的最主要目的是为了获得利润,所以可以选择收益较高的债券。虽然收益较高的债券风险性会相对提升,但是其安全性依然大大高于股票和基金。

风险承受能力相对较高的人不妨尝试一下企业债券和可转让债券等收益相对较高的品种。

3. 有效利用时间差,提高资金利用率。债券的发行事先会规定一个日期和固定发行天数,如半个月。同样,到期兑付的日期也有一个时间限制。投资者需要在规定的时间之内去购买和兑付。

为了提高自身资金的周转和利用率,如果在发行和兑付期限内都能够买进或兑付的话,选择在发行期的最后一天购买和兑付期的第一天兑付,利用这样的时间差可以减少资金占用的时间,为你的资金争取到更多的利用空间。

4. 卖旧换新,赚取较高利息。旧国债还没有到期,但新的国债又要发行,而且发行的利息和收益要高于旧国债,但此时你手中没有足够的资金去购买新的国债,这时候你不必非要等到旧债券的兑付期再去兑付了。

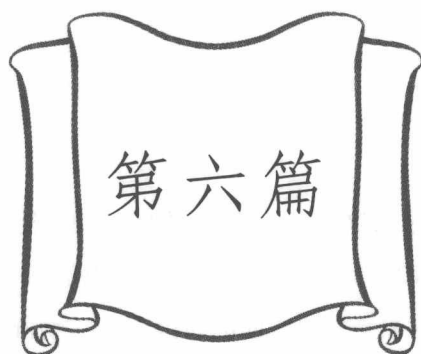
为了更大的收益,你完全可以将手中的旧国债卖掉,然后连本带利投入到新的国债当中。这样既不用你再去动用其他的资金去购买新国债,又同时赚了新旧两种国债的钱,你说明智不明智呢?

5. 地域差、市场差带来价格差。通过不同的市场和地域进行国债交易可以让你从中赚取差价。比如深圳证券交易所和上海证券交易所进行交易的同品种国债之间是有价差的,通过利用两个市场之间的市场差,就有

可能让自己从中赚取差价。

各地区的地域差也是可以利用的对象,通过这些差别进行买卖能够让你赚取价格差。

既能赚到比存款更高的固定收益,又能规避股市的风险,而且收益是免税的,如果有一种投资方式能让你高枕无忧,那必定是债券无疑。现在你知道为什么银行门前有那么多人排队了吧?如果你已经掌握了债券投资的技巧,而且钱也准备好了,那就不妨也跟着去排队吧。



市场经济学





外包：摆脱杂务，专注核心事务

目前,全国普遍存在这样一个现象:钟点工工资上涨。从2008年的6~8元/小时涨到了12~15元/小时,有的地方甚至高达28元/小时。其实,钟点工的工资上涨主要有两方面的原因:其一,物价普遍上涨;其二,钟点工的需求量上升。现在很多家庭,几乎所有的家庭成员都有自己的事业,工作繁忙,时间紧迫。为了专注于事业的发展,为了在越来越激烈的竞争中得以生存,他们要花去大量的时间和精力在工作上,工作上用去的时间多了,自然花在家庭上的时间就少了。因此就有许多家庭雇用钟点工来照顾孩子、清洁家庭、整理居室。这样,钟点工的需求量就自然增加了。

从经济学的角度看,雇用钟点工就是一种外包,而外包能给我们带来许多好处。将家务外包给钟点工来做,自己就能集中精力工作、赚取更多的钱,这样在工作家务两不误的前提下,又能够提高家庭的经济效益,是非常明智的选择。

在市场竞争中,有许多企业为了提高自身的效率而采用这种外包的形式,也因此而带动起外包业的发展。外包解放了企业更多的人力和物力,使得企业可以更加专注于核心业务。同时,也使得企业的后备管理更加系统化,从而大大地降低了企业的运营成本。有数据显示,外包协议使得企业的运营成本降低了9%,而能力与质量则提高了15%。

具体地说,之所以会有越来越多的企业实行业务外包,主要有以下两点原因:

1. 有效的外包行为增强了企业的竞争力。在管理系统实施过程中,企

业将那些非核心部门或者业务外包给专业公司,不仅能够节省成本,而且使得业务绩效更好,实现了高效管理。

例如,一家生产企业,为了原材料及产品运输而设立一个运输部是不明智的,因为这样不仅会增加管理成本,而且由于运输领域并非自己擅长,还容易出现运输失误,给企业的发展造成不利影响。相反,如果将运输业务外包给专业的公司,不仅能够降低成本,而且也能使运输业务开展得更加专业,其效果更佳。

2. 外包业务,使自己更加专注于核心业务,有利于企业提高核心竞争力。在市场竞争愈演愈烈的今天,企业面临巨大的挑战。能够致力于核心业务增强自己的核心竞争力是攸关企业发展前景的大事。而适当外包业务就是让企业更加专注于核心业务的一种方式。

外包业务的好处是显而易见的,但是,在现实应用中,有些企业或人对外包产生了错误的认识。将“把不懂的业务全部包出去”看成是企业管理的新思潮,这是一件非常危险,但是许多人对此却持肯定态度的事情。

要知道,企业层面的业务外包并不是生活中普遍意义的接受服务。生活中普遍意义上的服务,往往是指所有的事情都由服务商来做,而自己坐等事成就可以了,如修理家用电器等,自己不会修理,就花钱请专业人士来修。但是企业对于外包业务却不能不懂,否则对业务就不能有效监控和管理,对结果也会丧失考核能力,最终导致现实结果与自己期望结果背道而驰。并且,如果企业对外包业务完全不懂,也就丧失了和外包企业议价的能力,也就无法达到降低成本的目的了。

众多的研究表明,服务供应商与服务外包商之间的关系达到合作伙伴的程度而非简单的买卖关系,才是最佳状态。外包方与承包方确立合同关系以后,还需要确立外包项目的管理模式,其中包括项目管理的组织结构、职责界定、交流机制和交流渠道等一系列内容。如果是长期项目,还要根据现实情况不断地进行总结和机制改善。哪一个环节出现了问题都会导

致业务外包结果不尽如人意。试问,如果企业对于外包的业务完全不懂,将如何处理好这些问题呢?

由此可见,非核心业务外包能够给企业带来积极的促进作用,这种新的管理理念是一种必然趋势,企业可以充分利用外包来甩掉不必要的包袱、抓住核心,轻装快步地进行发展。但是,对于这些外包的业务,企业可以不专,但是不能不懂,否则就会丧失对外包业务的主控权,丧失主动,给企业发展造成负面影响。



利润最大化：所有商家都追求

市场中的商家都会有运营成本和收益,其总收益和总成本之间有一个差值,当总收益大于总成本,两者之间的差额就是利润。对于作为市场主体的企业来说,“利润最大化”就是其一切行为的最终目标,是其行动的指南。

在市场中,企业的生产和销售情况随时都处于变化之中,利润也随着它们的变化而有所改变。那么,企业应该怎样才能实现利润最大化呢?

经济学家指出,当边际收益等于边际成本的时候,企业的利润就达到了最大化。其中边际收益是销量每多增加 1 单位所带来的收益变动量;边际成本是每多生产 1 单位产品所需要多支付的工人工资、原材料和燃料等成本的量。需要指出的是,当边际收益大于边际成本的时候,多生产就能为企业带来更多的利润;当边际收益小于边际成本以后,再进行生产,就会亏本,而当边际收益等于边际成本的时候,利润刚好达到最大化,这也是企业生产的临界点。

例如,有一家服装厂制订运营计划,而利润最大化就是他们的目标。它的总收益便是卖出服装后的全部收入,其平均收益就是服装的单价。那么,它应该怎样才能实现利润最大化呢?如果多生产一套服装,增加收益 50 元,也就是说其边际收益为 50 元,而其每多生产一套服装的成本为 30 元,即边际成本为 30 元,那么每多生产一套衣服,厂家利润便多增加 20 元,这时企业就应该继续扩大生产。相反,如果由于市场饱和,服装价格下降,服装的边际收益变成了 25 元,而边际成本为 30 元,那么多生产一套服装,

企业的利润为 -5 元,这时企业就应该立即停止生产,否则就会赔得更多。实际上,当边际收益和边际成本持平的时候,企业就应该立即停止生产了,因为再生产已经不能为企业创造更多的利润了。而在这个临界点,企业的利润已经达到了最大化。

在上面的例子中,我们假定其边际成本是不变的,但是在现实中,边际成本往往是变化的,其情况往往要比上例复杂许多。例如,铁路货运计算单位是“吨·公里”。如果在运输饱和时,某一铁路区段的运输成本是 0.05 元/吨·公里,由于运输已经饱和,这时如果增加承运量,其边际成本将不是 0.05 元/吨·公里,而是高出许多,这样为企业带来的往往不是利润而是亏损。因为,在运输饱和的情况下,增加运输量,对于铁路局来说意味着要更换大马力的机车、铺设铁轨辅线等,而这些都需要巨额的资金投入,这样一来,边际成本就大大增加了。在普通企业中也是一样的,一味扩大生产以期获得更多的利润,其结果往往会使企业陷入亏损之中。当生产超过饱和时,其边际成本就会激增。因此,在追求利润最大化的过程中,企业不得不考虑边际成本的动态变化情况,根据情况的变化制定决策。

在市场竞争日益激烈的今天,企业的一切市场行为都必须遵循这样的规律,将边际成本等于边际收益作为自己生产的临界点,分析企业生产的边际成本和边际收益,从而有效避免盲目扩大生产或生产规模不够大所造成的利润损失,进而实现利润最大化。



完全竞争市场：经济学最理想的模型

当学生的时候,几乎每个人都知道伽利略的“理想实验”:让一个小球在一个斜面高处从静止状态开始向下滚动,如果它的前方有另外一个斜面,那么无论其斜面的倾角有多大,它都会爬上与原来一样的高度,然后停下;而如果将另一个斜面换成平地,那么小球就会以某一个速度一直匀速运动下去。但是,这种现象在现实中是不可能出现的,因为不可能不受到任何外力的影响,这其中描述的只是一个理想的状态。但是这种“理想实验”却有可取之处,它忽略了次要、抓住了关键。

在经济学中,完全竞争市场就是类似于物理中理想实验的理想模型,它是理想中的市场,在现实中并不存在,但是对于它的了解,却有利于我们掌握市场经济运营的关键。

完全竞争市场,又称为纯粹竞争市场,在这样的市场中,市场价格是不会受到购买者和销售者买卖行为的影响的。具体地说,完全竞争市场主要具有4个特点:①市场上有无数的买者和卖者,由于每一种商品都具有足够多的需求者和供给者,那么其中任何一个供给方的卖或不买、需求方的买或不买都不会对市场产生影响。②同一种产品之间没有差别,它们都是同质的,既然产品都是一样的,那么消费者便不会比较厂家商品的质量,对他们来说,购买哪家厂商的商品并无差异。③市场资源可以完全自由流通。④所有市场参与者都掌握了市场的全部相关信息,不存在信息不对称。既然信息是非常充分的,那么就不存在由于信息不对称导致市场同时存在几种价格的情况,因为信息充分,如果价格高出同类商品,那么其厂商势必会

被市场淘汰。

也就是说,在这样的完全竞争市场里,影响商品价格的因素只有市场供给和需求,并且,每种商品的价格最终形成的必然是供给量与需求量相等时的均衡价格。

下面我们就以最接近完全竞争市场的鸡蛋市场为例来说明一下完全竞争市场的4个特点。

如果你多逛逛农贸市场,就会发现,鸡蛋作为一种生活必备食品,几乎每家每户都会购买,而卖鸡蛋的摊位也实在是数不胜数,我们可以大致认为鸡蛋市场上的买家和卖家是无数的,是足够多的。而由于现在鸡蛋都采用标准化上市,因此每个摊点的鸡蛋都大同小异,只要不是碎的、坏的,我们都可以认为是同质的。至于完全竞争市场的其他两个特点,卖鸡蛋还是买鸡蛋,人们都可以完全自由地选择买或不买、卖或不卖,无论是想进入市场还是退出市场都是完全自由的,因此我们可以认为鸡蛋市场是自由流通的。而由于鸡蛋市场的信息非常有限,并没有多少要花工夫去掌握的信息,几乎每个人都知道得八九不离十,也就不存在什么信息不对称了。在这样的条件下,即使没有国家的管制,鸡蛋市场里的各个摊位的鸡蛋价格几乎也是一样的,是由供需决定的均衡价格。通过鸡蛋市场,我们对完全竞争市场有了更加深刻的了解。值得一提的是,大多数农产品市场基本上都近似于完全竞争市场。

那么,在完全竞争市场或者近似的市场里,面对同质同价的状况,商家应该怎样才能尽可能多地获取利润呢?难道只能靠运气吗?难道就完全没有人为的办法吗?办法永远比问题多。在这样的市场里,竞争激烈,卖家要想多获得利润,就只能在降低成本上做文章,如可以想办法降低运费、减少商业开支等。此外,商家还可以进行价格外的营销竞争,你可以用自己热情周到的服务、给产品贴上标签、精美包装等方式来招徕顾客。



均衡价格：供给与需求升降的结果

小麦是“细粮”，玉米是“粗粮”，按理来说小麦的价格应该比玉米贵。然而，自 2006 年起，“粗粮”玉米的价格开始不断上涨，甚至逐渐超过了小麦。2007 年，陕西宝鸡地区，玉米的收购价格就达到了 1.66 元 / 公斤，而小麦价格仅为 1.44 元 / 公斤。

为什么曾经人们吃得已经不想再吃的玉米会比人们求之不得的小麦还贵呢？对这种现象，人们不禁感到疑惑。

其实，每一种现象的出现都有其原因。首先让我们了解一下“均衡价格”的概念。所谓均衡价格是指一种商品的市场需求量等于市场供给量的价格。均衡价格是市场上的供给方和需求方在竞争过程中自发形成的，均衡价格的形成过程就是商品的定价过程。

需要指出的是，均衡价格的形成是市场完全自发的，如果有垄断力量或者国家干预这样的外力存在，所形成的价格就不是均衡价格了。那么，供给和需求的变化对均衡价格的形成有着怎样的影响呢？一般来说，需求增加，均衡价格会上升，需求减少，均衡价格就下降；供给增加，均衡价格就下降，供给减少，均衡价格上升。

知道了上面这些经济学知识，就不难理解为什么玉米会比小麦贵了。一方面，2007 年，玉米的种植量大大减少，比如仅宝鸡市玉米种植面积就缩减为 232 万亩。由于农业产业结构大调整，许多乡镇和粮农都用苹果、西瓜等收益高、见效快的经济型作物替代了玉米种植，导致了玉米总体产量

的大幅下降。虽然高科技使得玉米的单位产量有所提高,但却并不能抵消种植面积减少所带来的玉米产量的下降幅度。这样一来,市场上玉米的供给量就减少了。

另一方面,玉米的需求量却在不断提高。一是猪肉价格的疯涨,促使许多养殖户开始养猪,导致玉米饲料的需求量大增;二是随着技术的创新,玉米的用途越来越广泛,如将玉米制成玉米淀粉、玉米油、玉米蛋白和燃料乙醇等,从而使得玉米在工业方面的需求强劲增长;其三,随着人的健康观念的改变,越来越多的人认为适当食用粗粮有益身体健康,因此玉米的食用需求也增加了。

这样在供给减少、需求增大的双管齐下之下,玉米的价格就难免会一涨再涨了。相对的,小麦的功用单一,需求没有太大的变化,再加上产量稳定,供需没有大的变化,价格也就相对稳定。这样一来,玉米价格超过小麦也是理所当然了。

关于均衡价格,还有一个典型的事例,就是演唱会门票的价格。通过它我们可以形象地了解均衡价格的形成过程。

假设主办方为某著名歌手举办演唱会,为了获得尽可能多的收入,主办方选用了—个场地很大的地方,将票价定得很高,同时还决定举行多场演唱会。然而由于票价过高,观众的需求量就小了,再加上场次多,票根本就卖不出去。眼看着举办演唱会日期越来越近,无奈之下主办方只得降低票价,这样一来,买票的观众就开始多了起来,直到降到某一个价格,主办方提供的票的数量刚好等于观众的需求量,此时的价格就是均衡价格。

由此可见,均衡价格的形成是市场自发调节供求关系的结果。当市场价格高于均衡价格的时候,市场需求就会减少,但是此时产品已经产出,供给量已经确定,就只能通过降低价格来使产品得以卖出,这样价格就自然

回到了均衡价格；当市场价格低于均衡价格的时候，由于供不应求，价格就会自然回升到均衡价格。换句话说，商品的市场价格是围绕着均衡价格上下波动的。而开篇中提到的玉米均衡价格的提高，则是需求增加、供给减少的必然结果。

总之，供需双方之间的竞争促成了市场的均衡价格。均衡是市场的必然趋势，是市场正常的一种状态，价格可能会在均衡价格上下波动，但最终都将趋于均衡。



需求弹性：为什么粮食开放而食盐管制

从古到今,食盐都是实行政府专营的,即使是改革开放的今天,粮食都已经开放了十多年了,但是食盐仍然实行着专营,而且这种现象不光是在我国,在世界许多国家都是如此,它们都无一例外地对食盐控制得很严。

例如,号称市场典范的美国,几乎所有商品都是由市场供求来确定生产销售的,但是,政府却对食盐控制得非常严格。在美国,采取协会和政府共同管理的管理模式,政府审批食盐开采,所有的制盐企业都必须在美国食品医药管理局进行登记;而诸如美国盐业协会这样的行业协会和政府相关部门共同制定出各种盐的技术指标,并设立专门机构对不同用途的盐的指标进行监督检查。

那么,为什么国家对食盐会监控得如此严格呢?按理说,民以食为天,粮食比食盐重要多了,那为什么国家能够让粮食开放,却要监管食盐呢?

其实,促成国家对盐的严格控制的因素是多方面的,从经济学的角度来说,需求弹性是造成国家对盐的严格管制的主要因素。

需求弹性是指价格变化对市场的需求影响程度,也称为需求价格弹性。需求价格弹性等于需求变动量与价格变动量的比值,如果这个比值大于1,那么就可以说该商品需求富有弹性;如果这个比值小于1,就称这种商品需求缺乏弹性。比如,一种香水价格升高10%以后,需求量减少了20%,那么需求弹性就为2,这种香水需求富有弹性。

相对而言,食盐即使升价10%,其需求量也不会怎么变化,其需求弹性远远小于1,是一种非常缺乏需求弹性的商品。

正是由于食盐缺乏需求价格弹性,即使价格高昂,市场需求量也不会下降,为了防止商人逐利而引发市场混乱,从而给经济发展造成不良影响,甚至引发社会动乱,为了国计民生,国家才对其实行严格的监管。

当然粮食的需求弹性也非常小,所以在改革开放以前,我国一直进行着粮食管制。但是与食盐比起来,粮食的需求价格弹性还是比较丰富的,因为粮食品种繁多,大米、小麦、高粱、玉米等都可以相互替代,一种粮食的价格高了,人们可以不买这种,改吃别的。而食盐则找不到替代品,不可以这样。

那么,影响商品的需求价格弹性的因素主要有哪些呢?一般来说,决定某种商品的需求价格弹性的因素主要有以下几种:

1. 消费者的需求程度。需求程度越大,需求价格弹性就越小;需求程度越小,其需求价格弹性就越大。比如,人们对食盐、蔬菜等需求程度很大,因此其需求价格弹性就小;相反,对奢侈品的需求程度小,其需求价格弹性就大。

2. 商品的可替代程度。如果有许多商品都能替代一种商品,那么这种商品的需求价格弹性就大,比如饮料;相反,能够替代它的商品越少,其需求价格弹性就越小,比如一些特效药品。

3. 商品本身用途的广泛性。商品用途与需求价格弹性成正比,比如水电很广,即使价格上涨,其需求量也不会有太大变化。

4. 商品使用时间的长短。一种商品能够使用的时间越长、越耐用,那么它的需求价格弹性就越大,比如电视、汽车等;相反,如果具有时效性,其需求价格弹性就小,比如日报。

5. 商品所占的消费者支出的比例。比例小的,如牙膏、纸巾等,需求价格弹性就小,反之则大。

需求弹性对企业营销方案的制定是至关重要的。例如,由于饮料的需求弹性很大,因此生产厂商对于价格的调整就非常谨慎,如各种可乐、各种

果汁、各种奶茶等饮料,除非做特别的品牌包装促销,不然价格一般不怎么变动。一种饮料的价格上涨,势必会造成客户的流失,导致销量迅速下降,给企业带来负面影响。而适当降价,则会使销量大幅提高,反而为企业创造更多的利润。

相反,如果商品需求弹性很小,企业即使提高价格,销量也不会大幅下降,这样就能够提高企业收益;而降低价格,也不会让销量有什么增加。因此,企业在制定价格的时候一定要充分考虑产品的需求弹性。



边际效用：打破边际效用递减

在一个海鲜市场里,林女士经营的海鲜店生意最好。人们都喜欢去她的店买海鲜,在林女士旁边开店的陈先生非常困惑:他的海鲜跟林女士的货一样新鲜,而且价格也不比她的贵,服务态度也很好,为什么生意却不如她的好。

为了解开心里的疑惑,陈先生开始注意观察林女士的生意是怎么做的。一段时间后,陈先生终于发现了林女士经营的秘密。原来,林女士总是额外送顾客一些水产。比如,一位老大妈花了35元买了一斤鲜虾,林女士在给老大妈装袋子的时候,会再多放一只虾送给她,尽管这只虾不是很大,但是老大妈却因此而一脸高兴,下次也就还愿意来光顾了。

在这个事例中,林女士这个看似简单的经营秘诀其实蕴涵着一定的经济学理论,林女士之所以能够将生意做得风生水起,是因为她充分地利用了经济学中的边际效用原理。

我们知道人们消费物品后会获得效用,而每多消费1单位的物品,效用的变化量就是边际效用。上例中,林女士多给顾客的水产就是边际效用。

在应用的过程中,边际效用往往是递减的。例如,当一个人很饿的时候,他吃一个馒头,会觉得这个馒头对自己的效用很大,能够从中得到100个单位的快乐;然而再多给他一个馒头,这时他从增加的一个馒头中获得的快乐就减少为50个单位;再给他第三个馒头,他获得的快乐值是10个单位;第四个馒头是0;第五个馒头已经开始厌倦,他所获得的快乐值是负的……每多增加一个馒头,吃馒头的人从这个馒头中获得的快乐,也就是

效用就减小一些:第一个馒头的边际效用是 100,第二个馒头是 50,第三个馒头是 10,第四个馒头是 0,以此类推,边际效用呈现递减变化。

几乎所有商品的边际效用都呈现递减趋势,即使是作为特殊商品的钱也是一样的。一个人在自己的一生中第一次挣到 100 元钱的时候,他会觉得很高兴,这 100 元很有价值;第二个 100 元次之,第三个 100 元再次之,直到最后他再得到 100 元根本就没有任何情绪了,这时 100 元钱的边际效用就接近于 0 了。

当然边际效用递减也是有其前提的,必须是在其他商品的消费数量保持不变的前提下这个规律才能成立,如果我们打破这个前提,就能够使得边际效用递增,一方面使得顾客从消费行为中获得更大的快乐,另一方面使商家获得更多的利润。

比如十一黄金周的问题,在 1990 年的时候,第一个十一黄金周推动了旅游业的发展,自此,连续几年之内,效用都极高,然而,随着时间的推移,这种效用也在逐渐减少,例如据上海旅游局统计,在 2005 年十一黄金周所接待的观光游客比 2004 年同期减少了 2.84%。为了缓解旅游业逐渐下滑的行情,相关部门对飞机票、火车票等推出了不少优惠政策,由于交通费的优惠政策,使得人们在交通方面的开销减少,也就更加愿意在十一黄金周的时候出门旅游了,在 2006 年,各地接收观光游客明显回升。换句话说,交通方面消费情况的改变,提高了人们对十一黄金周的消费热情。

总之,边际效用广泛地存在于生活的方方面面,我们应该在了解边际效应的基础上,尽量采取相应的措施来减少和阻止边际效用递减,保持经济持续增长。



熟能生巧理论：在自己熟悉的市场领域发展

美国有一位叫辛普洛特的富翁，他最熟悉的东西是土豆，而他的财产便是依靠土豆积累起来的，从他丰厚的身价就可以看出，他是一个成功的创业者。

1929年，年仅14岁的辛普洛特带着20美元离开了家，他从这些钱里拿出50美分买来有息临时凭证，而后将其做担保来向银行贷款，贷款到手后便以每头1美元的价格购进600头小猪。隆冬季节，他会去打野马，然后把马皮卖掉，把马肉与土豆一起下锅炖熟用以喂猪。于是不久便靠养猪挣了7500美元。

1941年，26岁的辛普洛特开始进军卡尔德威尔的洋葱烘干市场。短短一年的时间，他便赚了50万美元。不久，他又听说参加第二次世界大战的作战部队需要大量的脱水蔬菜，由于作战部队数量庞大，他认准了这是一个绝好的赚钱机会，就立即动手，买下了当时美国最大的蔬菜脱水工厂，专门加工脱水土豆，卖给军队，辛普洛特从他的果断决策中收获了巨大的利润。

时间到了20世纪50年代初，辛普洛特又一次在土豆上发现了商机。当时有家公司研制出了冻炸土豆条，辛普洛特从这里看到了利润。

他认为冻炸土豆条是一种很有潜力的新产品，所以大量生产。辛普洛特又一次在土豆上证实了自己的眼光，冻炸土豆条一上市就极为畅销，成为他赢利的主要来源。

过了没多久，辛普洛特又在自己最为熟悉的土豆上发现了利润。他发

现,炸土豆条并没有把土豆的价值利用充分,因为一个土豆,经过分类、去皮、切条和光传感器去掉斑点等工序,虽然做成了冻炸土豆条,可是每个土豆一般只利用了一半,剩下的一半土豆则没有被利用起来,而更多的利润可以在这部分土豆上得以实现。聪明的辛普洛特想到了一个方法,他把土豆的剩余部分掺入谷物,做成了牲口饲料,辛普洛特又赚了一笔。

时间走到了1973年,石油危机的爆发成就了辛普洛特在土豆上更多的利润。因为石油危机的爆发,替代能源的发展大大加速了,他从中看到了机会和利润,用土豆制造燃料添加剂。这种添加剂好处众多,不但可以提高辛烷燃烧值,还能降低汽油的污染程度,既环保又实用,一经推出就广受欢迎。和上次一样,辛普洛特对土豆物尽其用,他发现土豆加工过程中产生的废水有利可图,因为这些废水中含糖丰富,可以灌溉农田。

辛普洛特最为熟悉的土豆为他带来了巨大的收益,每年他都能通过销售15亿磅(1磅=0.4536千克)经过加工的土豆来获得高达12亿美元的利润。

辛普洛特在自己最熟悉的土豆上取得了成功。从他的经历上我们可以得出这样的结论:不熟不做,是创业者最有保证的明智之举;否则就会尝到失败的苦果。试想,如果让电子工程师去做文化公司,让环境学博士去做房地产,让一个作家去研发高科技产品,会是怎样的结果呢?恐怕他们即使怎样努力都会在新的领域里,从英雄变成狗熊。专业不对口,就会有无处使力的无奈感。

事实上,任何人在做一件自己全然陌生的事情的时候,都难免会有力不从心之感,在这种状态下,势必很难取得积极的结果,只有秉持着不熟不做的原则,才能稳扎稳打地取得成功。

这里要说明的是,做创新者、做某个领域的先驱,与不熟不做的原则并不矛盾,因为,即使是创新,是先驱,也要对相关情况有相当深入的了解和考量,即对自己即将要做的事情也是熟悉的,而并非陌生。



寡头市场：“波音”和“空中客车”是空中霸主

相信很多人都听说过“寡头”这个词,那么到底什么是寡头呢?通俗地讲,寡头就是拥有强大的“说了算”的实力的个体或组织。在市场中,如果少数几家大企业控制了某种商品的生产和销售,在经济学上就称为寡头市场,也叫做“寡头垄断”。一般来说,当某行业的市场形成寡头垄断的时候,商品价格比较稳定,其厂商数量较少但彼此相互影响,市场流通性欠缺,厂商不能自由地进出该行业。

例如,当今世界上的民用飞机市场就是一个规模极为庞大的寡头市场,美国的“波音”和欧洲的“空中客车”就是该市场中的两大寡头。每天在世界各个国家的领空里纵横穿越的客机几乎无一例外地都是出自这两家公司。民用飞机市场俨然已经成了全球垄断程度最高的行业之一。有数据表明,波音公司和空中客车公司已经完全瓜分了世界市场,尤其是干线飞机领域更是被其瓜分得滴水不剩。两家公司凭借这种垄断优势,制定高昂的飞机价格,从中获得巨额利润。

读到这里,也许你会问,既然民用飞机市场有着如此丰厚的利润,为什么没有其他公司进入这一市场呢?其实,并非其他公司不想进入民用飞机市场逐利,而是即使勉强杀进民用飞机市场,在波音公司和空中客车公司已经形成垄断的市场形势下,也很难赢利,其结果很有可能是铩羽而归。我们知道,市场上的商品价格受到供求关系变化的影响,一旦供货商增多了,那么供给增加,商品价格必然下降,那么商家赢利就会减少。作为拥有强大实力的波音公司和空中客车公司是绝对不会允许有人进入市场

来触犯他们的利益的,一旦有企业妄想进入民用飞机市场,他们就会利用自己在行业中的影响力制造重重阻碍,即使后来企业勉强成功进入了行业市场,他们也还会通过价格、技术等对其进行挤压,使新进企业没有立足之地,最后不得不被迫退出行业。

具体地说,在现实中,寡头垄断常见于诸如汽车、钢铁、造船、石化、飞机制造等重工业部门,这些行业需要大规模投入、大规模生产、高科技支撑才能有效经营。而一般的厂商很难满足这些苛刻的条件得以进入行业,经济实力再雄厚的企业与这些行业的厂商一比,马上就会发现自己不过是在做“小本经营”。而那些真正的霸主往往是在行业发展之初就进入行业,经过数十年、甚至上百年的发展才占据了霸主的地位。

试问,他们怎么会轻易让其他企业来分自己的羹呢?

为了保持对技术的垄断和丰厚的利益,这些霸主企业势必会采取种种高压手段打击竞争对手,以确保自己的利益。

在民用飞机市场,波音和空中客车在干线飞机领域拥有绝对的霸主地位,但由于其并不太关注支线飞机领域,而让加拿大庞巴迪宇航公司占据了41%的20~92座支线飞机市场。随着加拿大“庞巴迪”羽翼的日渐丰满,“庞巴迪”不甘心被局限在支线领域,于是开始向干线市场的“双寡头”——“波音”和“空中客车”发起了挑战。“庞巴迪”投入了大量的人力和物力来研发110座和130座的C系列民用飞机。

卧榻之侧,岂容他人安睡,“庞巴迪”的此举竟使得一向是竞争对手的“波音”和“空中客车”联合起来对其进行打压。他们恩威并施地使得相关企业不敢给予“庞巴迪”任何帮助,既没有厂家敢卖给“庞巴迪”干线飞机专用的配件,也没有企业敢从“庞巴迪”购进干线飞机,在原料和销路的双重压力下,“庞巴迪”不得不主动放弃了自己的宏伟计划。实际上,不只是加拿大的“庞巴迪”,日本、荷兰、俄罗斯、印度尼西亚、中国等许多国家的民机制造业多少都受到过“波音”和“空中客车”的压制。两大寡头对狭小的

支线飞机市场可以睁一只眼闭一只眼,但在巨额利润的干线飞机市场里,是绝不容许外来者来瓜分自己的利益的。

总的来说,寡头市场是行业长期发展的结果,它的形成对于经济效率而言有利有弊。一方面,由于寡头市场的市场价格长期高于边际成本,缺少竞争者,因此寡头企业有着稳定、可靠的利润保障。但是长久的安逸很容易使寡头企业在生产经营上就容易产生惰性、缺乏积极性,从而导致其效率降低。另一方面,由于寡头企业规模较大,实力雄厚,有助于技术革新,能实现高效率经济。

因此,许多国家对其的态度都是“扬长避短”,鼓励其努力发挥高效率的一面;但通过一定的政策法规保护与寡头企业密切关联的其他中小企业的权利,以此来侧面打击垄断,以抑制垄断带来的负面影响。



兼并：上演大鱼吃小鱼的一幕

今天,在变幻莫测的市场竞争中,企业兼并已经成为一件再常见不过的事情了。企业“合而为一”,优势企业兼并劣势企业,劣势企业所拥有的资源便可以向优势企业集中,这样一来,资源的利用率就能够得到提高,产业结构就能得到优化,而兼并后企业的规模、经济效益和市场竞争力都会大大加强,当然整个国家的经济实力也会提高。因此,“兼并”一直是经济学中不容忽视的研究课题。不过,需要指出的是,“兼并”与“合并”、“收购”不同,这三者之间具有区别,一定要对之有清楚的认识。

这三者都是企业产权的有偿转让,即都是企业的买卖,都是企业为了谋求发展而采取的外部扩张措施。但不同的是:合并是指两家或者两家以上的公司归并为一个公司;兼并是合并的一种形式,被称为吸收合并,是指优势企业将劣势企业并入,被兼并的劣势企业的法人实体会有所改变;而收购是兼并的一种形式,被称为控投式兼并,在操作程序上要相对简单许多,只要对目标公司的股权进行收购,达到一定比例以后进行董事会、监事会改组就可以了。对于经济的发展来说,兼并有着显著的促进作用。

当今世界上,几乎所有的发达国家都经历过多次企业兼并的浪潮才获得了经济上的突破性发展。以美国为例,在其经济发展的进程中就曾经经历过5次大规模的企业兼并。其中尤以发生于19世纪末20世纪初的第一次兼并浪潮作用显著,在这次兼并浪潮中资源配置得到了优化,再加上国家的宏观调控,从而使得很多企业快速地发展起来,进而成功塑造了美国现代工业的结构雏形。

例如世界航空制造业排行世界第一的美国波音公司就曾多次兼并过其他企业,以让自身更加强大。而在诸多的兼并案例中,其中最著名的就是波音公司对美国麦道公司的兼并。在1996年,“麦道”与“波音”、欧洲的“空中客车”是航空制造业的世界三大巨头,麦道规模和实力仅次于“波音”和欧洲的“空中客车”。1997年,“波音”以130亿美元的巨资兼并“麦道”后,大大加强了美国企业在美国航空制造业中的实力,完成兼并后的新波音公司在资源、研究、开发等方面的实力都急剧膨胀,其总资产约达500亿美元,员工总数超过20万人,成为世界上最大的民用和军用飞机制造企业。在这次兼并案后,“波音”俨然已经具有了成为航空寡头的实力,但是在经过艰苦的协商、谈判后,为了换取欧洲人对这一超级兼并的认可,波音公司不得不放弃了已经和美国几十家航空公司签订的垄断性供货合同。但是,无论如何,通过兼并,“波音”成了前所未有的空中“巨无霸”,而美国的航空制造业,乃至整个世界的航空业都有了一定程度的发展。

由于兼并是企业与企业的合组,其具体操作非常复杂,是一个系统工程。具体地说,成功的企业兼并至少应符合“合法”、“合理”、“可操作性强”、“产业导向正确”以及“产品具有竞争能力”这样几个基本原则。此外,值得一提的是,要想成功完成兼并就一定要良好地沟通,比如像企业之间技术的沟通以及人与人的交流都要处理好。必须要处理好每一个环节,企业兼并才能发挥它的优势,否则就会适得其反、得不偿失。有数据表明,全球一半以上的企业兼并行为,从表面上看,扩大了企业规模,但实际上却没有创造更多的经济效益,有的甚至失去了市场竞争力。

例如,1998年,美国在线(AOL)以42亿美元的价格收购Netscape的案例。在20世纪90年代初期,“微软”的Explore和美国网景公司的Netscape是使用最广泛的两种浏览器,但是,“微软”的优势越来越强,而“网景”就相对弱势了。虽然当时,在“微软”所提供的免费浏览器面前,Netscape已经没有什么竞争力了,但美国在线(AOL)却认为,凭借自己的

雄厚财力和技术优势必然能够使 Netscape 重放光彩,而完全没有考虑到自己和 Netscape 在程序设计上技术的差异,再加上其急于求成,在 2000 年的时候更是直接跳过 Netscape5,推出了以 Mozilla0.6 新技术原始码为基础的 Netscape6,结果由于其性能不稳定,反而失去了 Netscape 原有的客户,使得曾经辉煌一时的浏览器——Netscape 彻底被淘汰。美国在线(AOL)的兼并不仅没有通过这次兼并提高自己的市场竞争力,反而带来了反效果。

总之,在市场竞争中,兼并固然可以扩大企业的规模、为企业的进一步发展创造条件,但是如果处理不当就会适得其反,给企业发展带来负面影响,因此,兼并可以说是一把双刃剑。



市场生存定律：适者生存，与狼共舞

早在很多年以前，“狼文化”便已经兴起，随后又出现了“獒文化”、“非洲狮文化”等。今天，面对全球性的金融危机，我们有必要将狼文化重提。

诺贝尔文学奖得主拉迪亚德·基普林曾经说：“弱肉强食是一个生存基本法则，它就如同天空一样古老而真实，信奉它就能生存，违背它就会死亡。”“弱肉强食”，也许这太过直白，但正如同这位伟大的作家所说的，“它就如同天空一样古老而真实”。我们无法否认：强者才能主宰这个世界，弱者能得到的只是同情和怜悯，永远不可能是成功。

我们一直都知道竞争是不可回避的，尤其是在金融危机时，职位紧缺、市场有限、资源稀缺，竞争更加激烈。面对竞争，我们应该何去何从呢？

早在 1990 年，针对残酷的市场竞争，海尔集团总裁张瑞敏就已经提出了“与狼共舞，必先为狼”的口号，提高自身的竞争力，以狼的顽强精神和团队合作意识为榜样。正是这种“狼企”文化成就了今天的“海尔”。张瑞敏曾经说：“竞争和变化是常态，谁也无法回避竞争，只能参与其中。狼和羊都在为生存拼搏，在拼搏中进化，强者恒强，适者生存。永远是‘有序的非平衡结构’。谁不适应竞争，谁就会在竞争中被淘汰掉。”

竞争是残酷的，也是绝对的。不论是个人还是团队，在竞争中都面临着两个选择：要么像“狼”一样练就锋利的牙齿、快速地奔跑能力、十足的耐性、出众的策略、顽强的毅力、不屈的精神，以及几分勇敢和凶猛，纵横天下；要么像“羊”一样成为盘中餐。这就是竞争中的血酬定律。

杰克·韦尔奇，通用电气公司前任 CEO，被誉为“全球第一 CEO”、“最

受尊敬的 CEO”、“美国当代最成功、最伟大的企业家”等。那么,他到底取得了怎样的成就呢?

韦尔奇将通用电气公司的销售额从 250 亿美元提升到 1110 亿美元;将赢利 15 亿美元提升到 107 亿美元,位居全球第一;将市场价值从全美排名第十提升到世界排名第二;将原本仅有照明、发动机和电力 3 个事业部在市场上保持领先地位,改造成有 12 个事业部在其各自的市场上数一数二,如果单独排名,通用电气公司有 9 个事业部能入选《财富》杂志 500 强。

1981 年韦尔奇执掌“通用”时,有感拥有 117 年历史的通用电气公司机构臃肿,市场反应迟钝,市场竞争力越来越弱。于是,他将公司员工从 40 万人精减至 30 万人,大刀阔斧地对通用电气公司的管理结构进行了改造。改造后,通用电气公司的组织机构是扁平式的,也就是说从公司的最高层到前线工作的经理之间只差一层。在韦尔奇 21 年的 CEO 生涯里,曾经由魔鬼变成王子,再变成魔鬼,又变成王子,甚至有人一度称他为“中子弹杰克”。他把公司内部的竞争激发起来,让每一个员工都变成“狼”,在这反复转折的过程中,公司员工的素质得到了不断的提升,而“通用电气”的结构也越发的优化、生气勃勃。

适者生存是大自然的演变规律,无论是经济繁荣时,还是经济危机时都是一样的。要创造傲人的财富,要做一个伟大的企业,就必须对成就永远都战战兢兢、如履薄冰,常想竞争,常怀危机意识。大浪淘去了沙,才留下了金子。时势造英雄。



逆向选择：信息传递中的偏差

曾听人说过这样一则趣闻：

一位男士年纪俨然已经跨入了“剩男”的行列，无奈在自己工作生活的圈子里又没有中意的对象，为此，他只得花钱找婚姻介绍所帮忙，然而多次征婚都没有结果，婚姻介绍所介绍的对象不是这里差，就是那里让人不满意。久而久之，他也对婚姻介绍所失去了信心。后来，婚姻介绍所又一次给他精心推荐了一位声称是长得楚楚动人又温柔贤惠的女士，但是这位男士根本不信。于是婚姻介绍所就给他看了一段这位女士的视频资料。看过视频，再加上婚姻介绍所的人一番赞叹夸奖，这位男士又动了心思，并向婚姻介绍所付了费用让其安排见面。然而在经过几次交往之后，男士发现自己又上当了，因为这位女士患有口吃病。愤怒之下，男士当即找到婚姻介绍所，要求他们退还费用，但是婚姻介绍所却明确拒绝，因为他们认为自己并没有欺骗男士，那位女士的确是长得楚楚动人，也温柔贤淑。

从信息经济学的角度看，男士之所以会吃亏，是因为自己对信息掌握不够充分。在市场交易中，由于各人所掌握的信息不同，也就是说信息不对称，那么掌握信息多的一方，势必比掌握信息少的一方更加占据优势。由于信息不对称，而婚姻介绍所掌握的信息比男士的多，他们片面夸大了那位女士的优点，而对其缺点只字不提，从而使男士陷入了不利的地位。相反，如果男士能够掌握更加充足的信息，也就不会再向婚姻介绍所交钱，就可以避免自己再次上当了。

由此可见，在信息不对称的情况下，买卖双方中对信息掌握较充分的

一方将更加有利;而不充分掌握信息,就会使自己陷入被动之中。生活中许多人因为轻信了虚假广告而上当受骗就是很好的说明。市场上那些销售所谓奇效药的商家,常常利用“神奇的”医药广告,甚至是一些“医学权威”的幌子来诱导患者购买他们的产品。而他们之所以能够成功,一方面是因为自己对产品的了解比较详细,而对于医疗动态等相关信息也掌握得比较多;另一方面,患者们往往缺乏对相关的医药知识和医疗动态的了解。这样,在信息不对称的情况下,患者们就很容易轻信那些虚假广告,进而购买商家的产品。

在市场中,市场参与者们总是根据自己掌握的信息做出决策,一个人掌握信息的程度决定了其采取相应的选择的优劣与否。在双方信息不对称的情况下,谁掌握的信息处于劣势,谁就会处于被动之中。信息的不对称性不仅能够影响市场参与者个人的决策,而且对市场也产生着深远的影响,总的来说,信息不对称对于市场是不利的,因为市场的能力会被它限制。

例如,一位车主想将自己保养得相当不错的旧车卖掉,对于车况的好坏,车主当然是非常了解的,但是顾客并不知道具体信息,此时,顾客往往会将车况想得很坏,从而给出一个很低的价格。对于这个价格,车主显然是不能接受的,虽然车主会再三地强调这是辆好车,但对顾客却产生不了任何作用。买方不肯提高价格,卖方无法接受价格,因此交易无法达成。而接下来,顾客很可能低价购买了另外一辆质量很差的二手车。

这就产生了好质量的商品竞争不过差质量的商品的情况,也就是经济学上说的逆向选择。

在经济学里,“逆向选择”有着非常丰富的含义,这里是指市场中劣质商品驱逐优质商品的现象,是信息不对称的一种产物。如果逆向选择长期存在,那么好商品必然会被次商品替代,进而使市场上产品的质量整体下降,阻碍市场的进一步发展。

例如,保险公司对汽车司机承保。作为保险公司来说,当然希望自己

的客户都是经验丰富、稳重可靠的“好司机”,这样会使他们的赔付率低很多。然而,“差司机”显然比好司机更加需要购买保险,以便应对各种事故造成的损失。此时,保险公司面对的就是一个信息不对称的问题,由于他们无法轻易分辨投保司机的好坏。为了避免对“差司机”索取的保费过低给自己造成损失的情况出现,保险公司只好假设顾客都是差司机,对所有的客户收取同样的高保费率。然而,这样一来,好司机因为觉得自己出事的概率低而不愿意花很多的钱买保险。

结果,在车险市场上,就出现了劣质商品(差司机)驱逐了优质商品(好司机)的“逆向选择”现象,而这无疑将会使保险公司损失巨大的市场利润,进而对整个市场带来消极影响。

因此,要尽量避免“信息不对称”和“逆向选择”现象的发生,尽可能地掌握真实、可靠的信息,占据信息优势,这样才能在波涛汹涌的市场竞争中取胜。



沉没成本：有一种选择叫放弃

这是一个真实的故事。

某企业用较低的价格在偏僻的市郊买了一块地皮，准备投资建一座奶制品加工厂。结果，从开始生产起就一直亏损，很不景气。但是管理者不甘心让已经投入的几十万元就此打了水漂，于是再投资 70 万元引进了德国先进的生产线，希望可以提高产品质量，进而增加产品的市场竞争力，结果由于市场已经饱和，再加上品牌没有竞争力，该工厂仍然亏损。由于已经投入了 100 多万元，要放弃，管理者就更不甘心了，所以又投入了 300 万元，希望可以扭亏为盈，然而，结果仍然是事与愿违……就这样，管理者前后总共投入了近千万元在这里，却一分钱也没有收回。

显然，上面事例中的管理者对“沉没成本”并没有十分清楚的认识，才导致了自己投资决策的失误。那么，什么是沉没成本呢？

所谓沉没成本，是指已经付出且不可收回的成本。过去的决策已经发生了，它所造成的成本是不能由现在或将来的任何决策而改变的，这样的成本就是沉没成本。比如说，你买了一张电影票且不能退票。这时，你所付出的电影票钱就可以看做是你的沉没成本了，因为无论你采用什么办法，这个钱都收不回来了。

当然，有时候沉没成本只是价格的一部分。例如，你买了一台电脑，用了一段时间后，转手卖给了别人，那么原价和你的卖出价之间的差价就是你的沉没成本。

沉没成本拥有一个重要的特性就是无关性，也就是说，不管企业如何

对之作出决策都难以改变。因此,对待沉没成本最好的办法就是不再考虑它。如前面提到的买电影票看电影的例子,如果电影不好看,会有两种可能结果:一种是忍受着看完,一种是退场去做别的事情。由于你为电影票所付出的钱已经是沉没成本,所以就不应再考虑这件事情了。如果你觉得自己花了钱但是不看电影太不合算了,而强迫自己痛苦地看完电影,这就没有抛开沉没成本来考虑,就容易导致决策失误。相反,如果你的考虑是,如此乏味的电影简直就是浪费你的时间,还不如去做点别的有意义的事情,这样的抉择才是理性的、明智的。

如果在决策过程中,无法丢开沉没成本,那么往往会产生更多的沉没成本。如本文开头提到的事例中,如果管理者能够抛开沉没成本来决策,就不会造成巨额的亏损了。因此,决策过程中,应该从自身和外部情况等诸多方面做出准确的判断,避免决策失误;当然决策失误也是不可避免的,那么,一旦出现则需要避免将错就错,一错到底,要抛开已经沉没的成本来做出新的决策,以使损失降到最低。

唐代李肇的《国史补》中有一则故事:

通往浣池的路只有一条,而且非常窄,是单行道。

一天,一辆载满瓦瓮的车陷进了泥坑,堵塞了交通。推车人尝试着努力把车推出来,但由于旁边就是悬崖,而且又恰逢雨季,路很滑,因此他没有成功。随着时间的流逝,后面等着的车辆和人也越来越多,甚至排成了长蛇阵。糟糕的是,天色渐渐暗了下来,眼看着就要下雨了。

这时,一位叫刘颇的盐商从队伍的后面扬鞭而至,看到那人仍然在努力地推车,但是车却在泥坑里越陷越深。刘颇开口问道:“你车上载的瓦瓮一共值多少钱?”

主人回答说:“七八千。”

刘颇立即从怀里掏出钱袋递给瓦瓮的主人,说:“你的瓦瓮,我买下了。”然后,命人把瓦瓮全部扔到山崖下面。这才疏通了道路,及时地将自

己的盐运进了粪池,避免遭遇重大损失。

对于刘颇来说,他用来买瓦瓮的七八千钱就是经济学中人们常常提到的沉没成本。试问,如果刘颇舍不得放弃沉没成本,那么他的盐还保得住吗?还能够避免遭受重大损失吗?

当狼拖着受伤的腿逃生时,受伤的腿会成为前进的阻碍,它会毫不犹豫地撕咬断自己的腿,以求生存。因为它清楚地知道,与生命相比,那条受伤的腿是“沉没成本”。而人呢?假如一只老虎咬住我们的脚,我们应该怎么办呢?如果我们试图用手去拯救自己的脚,老虎会连我们的手一起咬住,而且我们越挣扎,就被咬得越紧。实际上,如果我们不能立刻摆脱这种困境,那么我们最好的做法就是牺牲掉那只脚。

切记,不管沉没的是什么,沉没了多少,无论你怎样介怀在意,对未来而言都没有任何意义,唯有彻底放弃那些沉没的东西,才是最明智的选择,才是智慧的体现,才能够迎来一个更加美好的前景。

第七篇

“你买我卖”中的经济学





替代效应：做不可被替代的角色

20 世纪 90 年代初，BP 机曾经非常辉煌，一部要几千元，而大多数人当时的工资每月只有几百元，谁要是拥有一部品牌 BP 机，简直就是风光无限。当时，每年的 BP 机用户都以高达 150% 的增幅增长，用户规模数以亿计。然而繁华易逝，自 1999 年年底开始，手机开始迅速在全国普及开来，而 BP 机也逐渐地被置入冷宫。

2007 年 3 月 2 日，中国联通公司向信息部提交了停止全国 30 个省市自治区的寻呼业务申请。申请文件显示，除上海以外，全网 198/199、126/127、128/129 无线寻呼服务都将停止。目前北京、天津、河北等 30 省（自治区、直辖市）范围内在网用户的清理和转网等善后处理工作已经基本完成。而这也宣告着 BP 机彻底退出市场，成为一个过去。

从辉煌到落寞的过程中，尽管寻呼企业也曾做过种种努力和尝试，比如他们曾试图转向股票、警务等专业化服务，但是依然无力回天。为了造势，2002 年时，联通寻呼部门还高调接收了另一家著名的寻呼企业——润讯通信的用户，但是，寻呼企业的状况并没有因为兼并与重组而得到改善，仍然是每况愈下。可以说，任何努力都没有阻挡住寻呼业没落脚步。

那么，在短短十几年的时间里辉煌无比的寻呼业就退出了历史舞台，这其中又有什么经济学解释呢？从经济学角度看，替代效应发挥了巨大的作用。手机的普及，使得 BP 机被迅速替代，并最终被淘汰出局。

生活中，替代效应比比皆是，比如猪肉和牛肉就能相互替代，人们往往会根据市场价格的变化情况，以经济实惠为原则进行选择，牛肉贵了就吃

猪肉,猪肉贵了就吃牛肉。在同质产品中,价格低的往往能替代价格高的。然而,除了价格因素外,还有其他因素也能引发替代效应。当然,有的时候,替代效应的发生与否与价格并无关系,比如甲流感泛滥的时候,猪肉就很少有人再买,而牛羊肉、鸡肉等就会将其替代。

与日常生活用品易被替代相比,价格高昂、技术含量高的产品往往难以被替代,比如高科技的数码产品,如果没有更高的技术做支持的产品是不可能将其替代的;而艺术品的价格非常高昂,也很难找到替代品,如达·芬奇的名画《蒙娜丽莎》。而那些价格低、技术含量低的产品则很容易被替代,如馒头。

在人们的爱情中,之所以有人会移情别恋,也是因为替代效应在发挥作用。新欢长得更漂亮、更温柔、更有钱、更帅气,总之,是因为新欢的条件更好,从而将旧爱替代了。

还有在职场中,那些有技术有才能的人总是特别吃香,老板对其和颜悦色不说,加薪升职更是常事儿。之所以会这样,就是因为能够替代这种人的人太少了,因此企业不愿意失去这样的人才。相对的,对于那些没有什么技术本领的人,则有很多人等着替代,因此这样的人常常会面临失业的危险。而对于这些容易被替代的人,唯一的出路就是努力加强其自身的素养和能力,让自己变得不可替代。

同样,一种商品要想拥有市场、不被其他同类商品所替代,就必须具有自己独特的优势,无论是品牌优势、技术优势,还是包装优势,都必须具有优势才能够不被替代,才不会像BP机那样被市场的洪流所淘汰。

市场是无情的,优胜劣汰是其规则,只有与时俱进,不断地推陈出新,不断地自我完善,才能够在市场的洪流中生存,留下自己的足迹。



共生效应：不要远离大市场

一株单独的植物，即使是在最肥沃的土壤中，也会因为抵御不了风雨的侵袭而无法茁壮成长。相反，如果它能够和其他植物长在一起，就能够抵御风雨、生机勃勃地成长。人们把植物界中这种相互影响、相互促进的现象，称之为“共生效应”。

244

正是由于共生效应的存在，所以农民在种白菜的时候，总是在旁边的田埂上点一些萝卜，这就是为了让白菜和萝卜能够彼此促进。

众多的植物一起生长，不仅不会因为土壤的营养成分被均分而枯萎，反而能够根深叶茂、生机盎然。人也是同样，一个人必须在群体中才能够生存、成长。在人多的地方、在大市场内才有发展，才有赚钱的大机会。虽然人多、市场大，相对的竞争也就大，但是同样机会也很多。

有一家公司，经营得很不景气，业务量屈指可数，财务入不敷出，几近破产。因此决定将位于一个很大的居民区旁边的半条街的门脸儿房租出去。

由于旁边的居民区很大，居住了很多，所以，招商广告打出去没几天，所有的门脸儿房就被一抢而光。没多久，这里竟然发展成为了一条小吃街，由于具有巨大的消费者群，因此，几乎所有的店铺生意都很好。

不久，招租合同到期了，这家公司看到这条街的生意如此火爆，就打算自己收回店铺进行投资，于是，并没有将店面继续租给那些商家。他们打算将这条街规划成一个大规模的小吃城。在投入了大量的人力物力以后，小吃城终

于开业了。与他们预想不同的是,开业都快两个月了,生意依然冷冷清清,许多回头客一看自己平时吃饭的小店没有了,变成了一个小吃城,立刻转身就走。就这样,这家公司投资了很多钱,最后却连本也没有收回来。

公司的老板百思不得其解,为什么租给别人的时候生意那么好,为什么自己来做的时候就不能财源广进了呢?于是,他去向一位营销专家请教,想找到其中的原因。

专家听完老板的叙述后,只是微笑着问他:“如果你去外面吃饭,是到有许多餐馆的那条街吃呢,还是去只有一家餐馆的街上去吃?”

老板说:“当然是去有许多餐馆的街吃啊,选择多嘛!”

专家呵呵一笑,说:“对啊,顾客也是像你这样想的。没有人愿意到没有选择余地的地方去吃饭消费,这就是问题的症结所在。”

老板这才恍然大悟,自己的垄断行为引起了消费者的心理抗拒。最后,老板不得不将装修好的小吃城重新招商出租出去。

由此可见,自己独自去开发一大片消费群,不但不会得益,还有可能引起消费者的逆反情绪,让自己得不偿失。

市场很大,消费者很多,钱更多,一个人是吃不下。市场参与者要注意和同行互相分享经验、互相促进、互相帮助,共同取得成功。

2004年4月2日,“微软”首席执行官斯蒂夫·鲍尔默和SUN公司首席执行官兼主席斯科特·麦克利尼尔携手向全世界宣布:“微软和SUN将达成一个长达10年的产业合作协议。”

他们的合作出乎很多人的意料。

众所周知,在过去的二十多年中,“微软”与“SUN”之间从市场竞争、技术竞争到两个总裁之间的口水战,明争暗斗就从来没有停止过,但是现在双方却开始合作了。

两个 IT 巨人,从冤家变成了伙伴。他们的合作告诉我们,“合作、共赢”的良性竞争时代已经到来,合作将突破很多界限,并引领着我们去一次次地突破。

通过合作,企业得到了发展,跃上了一个更加广阔的平台;因为平台更加广阔,企业获得了更多更深层次的合作机会,更多更深层次的合作又让企业可以更快地发展壮大。这就是一个合作的效益闭环。

企业之间都需要相互合作和帮助,更何况是我们个人呢?只有分享才能获得更多的销售机会。自私自利,远离群体,就注定了失败。



消费者剩余：你来我往的杀价游戏

在市场上,我们几乎每天都能够见到这样的情况发生:

一个顾客喜欢上一套标价为 800 元的服装,于是便对老板说:“你少点儿吧,打六折我就买了。”老板说:“你这杀价也杀得太狠了! 这样吧,580 元,我图个吉利。”“不行,就 500 元,我只能接受这个价格。”……在一番讨价还价后,双方终于以 520 元的价格成交。

顾客去交款了,但是过一会儿又回来了,对老板说:“不好意思,我不能买了,我带的钱不够了!”这时老板大多会说:“你看看大早上就闹这事儿,你这样让我一天的生意可怎么做啊?”停顿片刻后,老板又接着说道:“那你能有多少?”顾客说:“连零钱在内也只有 430 元。”老板为难地说:“那也太少了,哪怕给我凑一个整数呢?”顾客接着又说:“不是我不想,但我只剩下这些钱了。”最后,老板多半会一咬牙说:“好吧,就 430,这开张生意是一定要做成的,不然这一天的生意可怎么做啊! 说实在话,一分钱都没挣你的!”然后,顾客付了钱,像得了天上掉下来的馅饼一样高兴地拿着衣服走了。

看着顾客远去的背影,老板会高兴地想:“180 元从广州进的货,本来打算 300 元卖的,这下好,卖了 430 元!”

如果你说老板是奸商,老板一定会告诉你:“买卖人讲价是再正常不过的事情,顾客讨价,我还价这很正常,我留给顾客讨价还价的空间,让顾客获得心理上的满足,让顾客产生消费者剩余,这样更容易卖出商品。这叫经济学,怎么能叫奸商呢?”

的确, 在市场中, 消费者剩余越多, 消费者对交易就越满意。那么“消费者剩余”的经济学概念到底是怎样的呢?

所谓消费者剩余, 指的是消费者愿意支付的价格与实际支付的价格之间的差额。如在上例中, 顾客所获得的消费者剩余是 $520-430=90$ 元。

马歇尔在其著作《经济学原理》中首次提出了消费者剩余的概念。他说: “一个人对一物实际付出的价格, 往往不会超过甚至可以说很少达到他愿意支付的价格。”

换句话说, 人们在购买某商品的时候, 都会有一个主观的期望价格, 如果人们在消费时实际花费的金钱比期望价格低, 人们就仿佛无形中获得了一笔意外财富, 从购物中获得乐趣, 并且低得越多, 消费者剩余就越多, 他获得的乐趣也就越大; 反之, 如果商品的价格高于他的期望价格, 消费者剩余为负数, 他就会放弃购买, 因为他不能从消费行为中获得乐趣。

由此可知, 商家为什么会乐此不疲地开展打 9 折、打 8 折, 甚至打 4 折、打 3 折的活动。这只是商家在“消费者剩余”问题上做文章, 以招徕更多的顾客, 提高销量获取利润。

有很多时候, 你会发现那些高档的精品屋里打 7 折、8 折也要上千元的商品, 在外面一般的商店里却只要二三百元。虽然如此, 但是在高档精品屋里消费的顾客仍然是满心欢喜地掏钱买东西, 其原因就在于所谓的 7 折、8 折给了顾客更多的消费者剩余。

商家善于通过提高顾客的消费者剩余来促成交易, 但消费者固然也可以利用消费者剩余理论进行杀价。

例如, 当你在水果摊看到刚上市的葡萄时, 晶莹剔透的葡萄让你非常想买, 如果这种购买欲望溢于言表, 那么你无疑是在向卖水果的人传递“即使要你支付更高的价格, 你的消费者剩余仍然很多”这样一个信息, 这时, 卖水果的人就会故意提高价格, 让你高价购买, 因此, 如果你不想付出更多的钱买商品一定不要对商品表现出太多的喜爱, 即使再喜欢也要尽量表现

出无所谓的态度,甚至对该商品表现出“不满”,这样,商家会认为你的消费者剩余比较少,为了交易成功,也就不敢提高价格了。

现实中,作为商家应该想方设法地将消费者剩余转化成利润,例如,20世纪80年代初,我国的奶粉价格一直很低,每袋奶粉的价格在10元钱左右。但是后来,外国公司进入中国市场,打出各种营养成分的较高质量的奶粉,采用更为漂亮、防潮的包装方式,制造出了更多的消费者剩余,同时也将价格提升到80~100元/袋,但仍供不应求,因为他们制造出的消费者剩余远远多于提高的价格,善于利用消费者剩余这让他们实实在在地在中国大赚了一笔。

而作为消费者来说,一定要将自己的消费者剩余控制在合理的范围之内,要注重性价比,同时要注意不要将自己多出来的消费者剩余过于直白地表现出来。切记,你的消费者剩余表现出来得越少,商家就越不敢过多地抬高价格。



奥纳西斯法则：凡事超前一步更易成功

亚里士多德·苏格拉底·奥纳西斯是希腊海运巨子，他凭借着自己非凡的魄力，敢为天下先的精神，将自己的财富记录一再刷新，成就了自己传奇富豪的盛名。从某种意义上说，把生意做到了别人的前面是奥纳西斯成功的一个重要原因。也正是因为这一点，后人便把这种将生意做在别人的前面往往能够更加容易地取得更多的财富的事物发展趋势称为奥纳西斯法则。

1930年，全球性的经济危机爆发了。人们对于骤然而至的危机感到惊慌失措，而奥纳西斯却极其冷静地观察着局势的发展。他明白：在市场井然有序的时候，往往只能依循规律、按部就班；而在混乱中，却隐藏着获取暴利的机会。他睁大了双眼，静候这样的机会的出现。

在经济危机的袭击下，世界贸易陷于瘫痪状态，而海上贸易更是首当其冲，1931年的海运仅占1928年的35%，许多扬帆商海的巨轮顷刻间失去了用武之地。由于在危机中元气大伤，一家加拿大的海运公司打算以每艘船2万美元的价格将其公司的6艘货船出售，而这些货船在经济危机前，至少每艘价值200万美元。奥纳西斯一听到这个消息，便当机立断，义无反顾地赶往加拿大，以12万美元将6艘旧船买下。当时，许多人都说奥纳西斯因为经济危机的打击而丧失了理智，并预言他会死无葬身之地。

奥纳西斯却坚信事物的发展遵循“物极必反、否极泰来”的规律。

很快，第二次世界大战爆发了，战争使海运复苏，并呈现出比以往更加迅猛的势头。奥纳西斯在加拿大购买的6艘货船一下子就给他带来了巨

大财运。

看着奥纳西斯的财富,很多人都说他真有运气,并送了个“机缘船东”的雅号给他。殊不知,所谓的“机缘”都是缘于在认清形势和把握规律的前提下,敢于对没有前人开发过的领域进行投资,把生意做在了众人的前头而已。

生活中,许多人盲目地跟风创业,看别人卖什么,自己也投入血本卖什么,然而,这种总是跟在别人屁股后面跑的行为,所带来的最好结果也无外乎赚了一些钱但并不多。要想赚大钱,取得大的成功,就一定要有胆量和魄力去做别人没有做过的生意,用别人没有用过的销售方式,卖别人没有卖过的东西。

在美国伊利诺伊州的哈佛镇,有群孩子经常利用课余时间到火车上卖爆米花。

在这群孩子里,有一个10岁的小男孩卖得最好,自然他赚得的钱也最多。

冬天,火车有时会因为大雪的关系而被迫停驶,车上的乘客也不得不长时间地在火车里等待。看到这种情况,小男孩便想到:那些乘客等了那么长时间,一定很饿了。于是他赶制了许多三明治拿到火车上去卖。虽然他的三明治做得并不美味,但仍然被饥饿的乘客一抢而空。

当夏季来临时,他想,那么多人都挤在车厢里,一定热极了,如果能够在这时来份冰淇淋,那就太舒服了。于是,小男孩挎着装冰激凌的箱子到火车上去卖,每次都供不应求。

后来,越来越多的孩子来车站卖东西,这个小男孩意识到由于供给的增多,使得相对需求也就减少了,再干下去也不会有什么好景了,于是,他果断地退出了。结果,孩子们的生意真的越来越难做了;而且,车站也针对越来越乱的生意贩卖情况进行了清理整顿。

后来,这个小男孩成了一个不同凡响的人,他就是摩托罗拉公司的创始人保罗·高尔文。

从上面,我们可以看出保罗是一个具有超前意识的人。因此,他才能想到冬天卖三明治、夏天卖冰激凌;并且超前行动起来,在没有竞争的情况下,将自己的货卖得一点不留;超前评估结果,他才能急流勇退、使自己免于损失。

作为一个普通人,或许我们不能像奥纳西斯那样果敢地叱咤风云,也无法做到保罗的细致谋划,但是却可以学学他们这种“走在前面”的精神,看得远一点,走得稳一点,相信你的市场之路也会长远一点!



伯内特定律：抓住客户的注意力

有一次,表演艺术家朗林杜拉带着他的马戏团来到一个陌生的城市做巡回演出。然而,由于当地的人都没有听说过他的名字,因此,观众寥寥无几。

朗林杜拉在街上行走的时候碰到一个年轻的乞丐,于是他对乞丐说:“我不会施舍你一分钱,但我可以让你得到更多的金钱,我要雇佣你。”乞丐答应了。

他把乞丐带回马戏团,交给他两块砖头,要他出去的时候,先把其中一块砖头放在街道上,然后拿着另一块去小镇的几条街道绕圈,等绕回放砖头的地方时,把手里的砖头和街上的砖头交换,然后再回到马戏团,在马戏团绕一圈,接着从后门离开,继续相同的动作。但是,整个过程中,乞丐不可以和任何一个人说话。

乞丐第一次这样做的时候,人们开始注视乞丐的怪异举止。第二次,有少数人开始谈论他的行为。然后,有人开始跟着他,想看个究竟,许多人簇拥在他身旁,争论他到底在做什么。而他每次进入马戏团,就有一些人买票进场,继续盯着他看。仅第一天,乞丐就为马戏团吸引来了上千位观众。

几天之后,围观的人多得已经造成了交通阻塞,乞丐放砖头的行动被迫停止了。然而,马戏团却因此而得到了许多人的瞩目,火了起来;而朗林杜拉也赢得了为数不少的忠实的 Fans。

美国广告专家利奥·伯内特曾说:“要想占领市场,就要先占领头脑,占领了人们的头脑,获得了人们足够的注意力,你才能掌握市场的指挥棒。”这就是销售界著名的伯内特定律,如果你无法获得客户的注意力,就无法

打动客户的心,自然就不能动他的钱,除非你抢劫。

在市场中,只有先占领了消费者的头脑,才会激起他们的购买欲望。因此,作为市场参与者,你要想尽办法先让你或者你的产品牢牢地抓住顾客的眼球,获取他们的注意力。一般来说,以下几处很值得下工夫:

1. 在细节上做文章。产品的包装是固定的,你无法做大的改动,但是,你可以让客户注意到你,这与注意到你的产品在某种程度上具有相同的效果。因此,如果你是一位男士,不妨在细节上做文章,比如:一条色彩鲜艳的领带、一款赏心悦目的香水等,只要是能在人群中突出自己的都可以考虑,不过要适度,不要有哗众取宠之嫌。

2. 精神振奋。精神抖擞的人更容易让人记住。因为,精神抖擞让对方感到快乐,而萎靡不振会给对方带来消极氛围,而人会主动选择让自身愉悦的事物。因此,要时刻保持身体挺拔,说话干脆有力。

3. 创造略微神秘的气氛。不要过于直白地和盘托出,无论是对自己还是对产品,你都可以适当保留,凭借自己的个性或你过去的经历引起对方的兴趣,然后迅速转移话题,勾起对方的好奇心,让他有和你进一步交流的欲望,从而加强别人对你的注意。比如说书先生的“欲知后事如何,且听下回分解”。

赢得顾客注意力的方式当然远不止这些,但是只要你牢记这一点,也一定不会出现让你失望的结果。一旦你或者你的产品成为了客户视线的焦点,那么你的销售就已经成功了一半。



物以稀为贵：越稀有越值得拥有

著名心理学家罗伯特·哈尔蒂尼说过：“对于那些稀有的物品，人类有一种本能的占有欲。”的确，几乎每个人都有这样一种心理，渴望占有那些稀有物品，对于这些物品，越是得不到就越想要、就越觉得它好。这也是一个亘古不变的市场规律。

作为市场参与者，不妨好好地利用一下这条规律。人们常常对那些得不到的稀罕的产品兴趣比较大，越买不到，就越想得到。你完全可以抓住客户“怕买不到”的心理，让你的产品“稀有化”，借此吸引消费者的眼球。比如说，你可以对顾客说：“这款衣服卖得很好，而且货源又比较紧缺，短期内恐怕无法再进货了，这是最后一件，您要是不买恐怕以后真买不到了。”一般来说，只要对方对这件衣服感兴趣，就会“听话地”买下来，因为他怕这个稀罕物被其他人买走。

现代经济学指出，当产品的供应小于客户的需求时，价格上涨、消费者争相购买；当供应大于需求时，价格下跌、产品滞销。也就是人们所说的“物以稀为贵”，就像鲁迅先生在《藤野先生》一书中写的：“北京的白菜运往浙江，便用红头绳系住菜根，倒挂在水果店头，尊为‘胶菜’；福建野生的芦荟，一到北京就请进温室，且美其名曰‘龙舌兰’……”本来不起眼的东西，因为所处的地域不同而变得稀有，进而成为人们争相购买的宝贝。

有人做了这样一个有趣的研究：商店老板将味道一样的、形状不同的巧克力曲奇饼从不同的罐子里拿出来给人免费品尝：一个罐子是满满的；一个罐子快空了，里面的曲奇饼所剩无几。结果，绝大多数顾客都认为从快

空的罐子里取出来的曲奇饼更好吃。由此可见,人们总是认为稀有的东西更好、更值得自己拥有。

在市场竞争过程中,能将这条规律完美应用的人,总是能够为自己赚取更多的财富。

一个阿拉伯商人获得了三件非常珍贵的瓷器,于是他将它们带到拍卖会上进行拍卖。一开始,三件珍宝开价 5000 万美元,然而,根本没有人出价。这个商人当机立断,举起一件摔了下去,人们看着变成碎片的瓷器,在惊讶之余都感到很痛惜;接着,商人开始拍卖剩下来的两件瓷器,底价仍然是 5000 万美元,可惜还是没人出价,于是商人又打碎了一件,众人大惊,看了看剩下的那唯一的一件,又看了看碎片,简直心疼得不得了;这时,商人开始拍卖那件独一无二的瓷器,底价仍然是 5000 万美元,这下,在场的人都争相出价,一副势在必得的架势。

现实中,当产品滞销的时候,大多数企业往往会采取降低价格的方法,然而这样也许能够将产品多卖出一些,但是却不可能会有什么利润。相反,如果能够像那位阿拉伯商人一样使用“匮乏术”,让客户感觉到货物奇缺,如果不买就再也买不到了,那么,客户们既害怕失去又渴望拥有,这样自然能够销售成功。

意大利著名的莱尔商店之所以能够一直将商品卖得风生水起,就在于他们深谙“物以稀为贵”的规律,采用了一种独次销售法,所有的商品他们都仅出售一次,即使是热销的东西也是如此。你也许会觉得这样会损失许多利润,但是实际上,因为商品太抢手,莱尔商店获得了更大的利润。

因此,当你进行销售的时候,千万不能告诉顾客:“我们这货太多了,您随便挑。”这样会让顾客认为东西不好,也不值得他花钱购买。相反,如果你传递给顾客“存货不多”、“限时特供”等信息,顾客就会将你的产品视为稀有物品,其购买欲望也会大大增加。



价格歧视：为什么同物不同价

生活中,我们时常碰到这样的状况:自己货比三家、反复挑选才买到的、自以为是物美价廉的商品,身边的人却有可能花更少的钱就买到了。这样的事情实在让人郁闷。

柳女士前不久用了两天的时间跑了大半个城市,挑来拣去,反复比较,才花 2000 元买了一部自己钟爱的最新款时尚手机。然而柳女士去朋友家拜访的时候却发现,朋友的手机和自己的是一样的,但是朋友却只花了 1100 元,是朋友的儿子在商家举行助学活动的时候凭学生证购买的。

同样的手机,又都是刚刚上市,为什么价格会有那么大的差别呢?难道商家真的是慈悲为怀地进行助学活动吗?企业不是慈善机构,它的所有行为都是以逐利为目的的,是为了追求利润的最大化,虽然不能全盘否定商家有崇高的动机存在,但是其主要目的仍然是招徕更多顾客,提高利润,这是商家的一种价格策略。在经济学上,称之为“价格歧视”,即完全相同的产品或服务,针对不同的消费者收取不同的费用。通俗地说,就是同样的东西卖给不同的人不同的价钱。

商家这种看人下菜碟的行为表面上看来确实让人费解,但就其本质来说,却能一箭双雕,不仅提高了自己的利润而且提升了消费者对产品的满意程度。

以上面提到的手机为例。学生没有独立的经济收入,再加上手机对他们来说是可用可不用的东西,因此需求弹性较大,也就是说如果价格过高,那么商家就会失去很多学生客户;相反如果适当降价,则能够为自己赢得

大批学生客户,从而使得从学生客户群得来的收益有所增加。而这种薄利多销的营销方式却并非对于所有的客户群都适用。比如像柳女士这样的社会人士,经济独立,对手机的需求弹性相对较小,手机对他们来说是现代社会中工作、交际必不可少的工具,即使价格高一些,他们也还是会购买的;而价格低了,他们也不会多买,因此薄利多销对这样的客户群显然是不适用的。因此,商家就会在这两类消费者之间实行“价格歧视”,其目的是为了给自己赢得更大的市场份额,从中获得更多的利润。

生活中,“价格歧视”的事例随处可见。例如,游乐场的门票,卖给学生和小孩是半票,而对成人却是全票;乘公交车,买了公交卡的乘客是9折、8折甚至4折,而偶尔坐一次车、没有公交卡的顾客却必须全额支付;寒暑假的时候飞机票对学生、教师打折,顾客可以凭学生证和教师证购买折扣机票;电脑卖给大学生便宜,卖给公司职场人就相对较贵一些;商业用电和生活用电的价格不同;去舞厅,男宾要买门票,而女宾却不用买门票……这种种现象都属于价格歧视。

那么价格歧视到底是好是坏呢?

按普通人的心理规律,多付了钱肯定会觉得自己吃了亏,会觉得很难受,因此,消费者都反对商家进行价格歧视,要求公平待遇。

虽然消费者都反对价格歧视,但价格歧视确实能够为商家带来更多的收益和利润。需求价格弹性对于不同的消费者来说是不同的,有的人经济收入有限,因此很节俭,对价格斤斤计较,而有的人富有,贵一点便宜一点无所谓,价格的浮动不会影响他们的需求量。商家按照需求价格弹性对顾客实行分类,对富有需求价格弹性的顾客,实行薄利多销的策略,对缺乏需求价格弹性的顾客进行高价格策略,实行价格歧视就可以尽可能地将所有的客户一网打尽,获得尽可能多的市场资源,获取最大可能的利润。因此,商家总是利用一切可能来实行价格歧视。

当价格歧视实行到极致的时候就成了“完全的差别价格”了,在现实

中，“完全的差别价格”常见于那些一对一服务的行业，如律师、医生之类，完全的差别价格对客户的服务相互分离的行业非常适合。

例如，有许多独立行医的家庭医生，面对一个新客户的时候，一边给患者看病，一边会问客户许多问题：“你有喝酒的习惯吗？一般都是喝什么酒？”“你健身吗？有旅行的爱好吗？”……这就是医生的策略，看似在关心病人饮食起居，其实是摸清楚客户的情况，方便自己实施价格歧视。

总之，价格歧视虽然让消费者不满，却是商家非常有效的一种逐利手段。



两种销售方式：推销和行销

首先让我们来看这样一些事例：

香港首富李嘉诚在小的时候，家境贫困，以至于他才 16 岁就开始做起了推销员。因为尝过贫穷的滋味，他总是比别人更多地去付出，别人工作 8 小时，他就工作 16 小时，别人做一遍，他就做两遍。于是，他成了公司的销售冠军。18 岁时，他被提升为业务经理；20 岁时，公司提升他为总经理；22 岁时，他开始了自己的创业生涯，成立了长江实业公司。

微软公司成立之初，比尔·盖茨总是亲自去拜访客户、推销软件，时间连续超过 6 年之久。即使到后来，只要有新产品推出，他也总是亲自巡回全世界去做推销。比如：Windows 95 的销售，还有 1999 年他亲自来中国深圳推销“维纳斯计划”。

据统计，有 90% 的大企业家都有过推销的工作经验。因此，有人说，每一个成功的企业家一定是一个成功的推销员，一家公司的老板一定是这家公司最好的推销员，否则，他的公司便很难得到发展。

很多大企业家在回想自己取得成就的过程时，都不无感叹地说，是推销的经历给予了自己获得成功的能力和方法。

推销是最辛苦的，遇到的挫折、困难最多，受的磨炼也最多，要把推销做好就一定要承受住不一般的压力与竞争。但不可否认，推销是最能锻炼人的，推销需要口才学、心理学、沟通能力、谈判能力、说服力与人际关系的综合运用。虽然要做好的确不容易，也很辛苦，但是它为我们带来的经济报酬与能力相对是最大的，也是别的职位所无法给予的。因此，我们总能

听到这样的论断：一个能做好推销的人，那么任何一份工作都难不倒他。

世界顶尖销售大师金克拉说：“不会推销的人，他一定会瘦成皮包骨。”

只要拥有了推销的心态，在生活中，我们就会时时向他人推销商品以获得报酬，推销自己以获得机遇，推销观点以获得肯定……这样努力下去，谁说成功会很远呢？

与推销相比，行销心态的建立对我们的财富积累更加有用。那么行销和推销到底有什么区别呢？

行销考虑的问题是怎样让钱自动送上门来，怎样吸引财富，而推销考虑到是如何捕获。

行销讲究的是如何形成自己的风格、打造自己的品牌，让客户接受、认可并忠诚于自己的品牌。

我们都知道世界上有五十几亿人，如果能够让每个人都拿出1元钱来给我们，那么顷刻就会成为大富豪了。但关键的问题是要怎样才能让每个人都拿出1元钱？这就需要依靠行销心态了。

只有首先具备了行销的意识，才能够把生意做大，也就是说，想赚大钱，就要思考如何大量提供、大量销售。

具体地说，推销和行销的不同之处主要有两点：

第一，推销是把产品卖好，在顾客面前用舌灿莲花的口才把产品卖好；而行销是坐在办公室中运筹帷幄、策划销售方案，让产品卖得更好。

第二，推销是一次性的，行销是永久性的。如果你想要卖出100件产品，你就需要向100个顾客每人讲解一次，这就是推销。而行销则不同，一次成功地策划会获得多次的回报，比如微软公司就是行销的能手。他们在产品上市前就定好行销方针、品牌定位，甚至是世界性销售战略。当这些一次性工作都做到位以后，他们可从中获得持续性的收入。其产品Windows95出品以后，在短短的3个月内其销售就达到了700万套，这就是行销所带来的成果，但如果是推销，相信即使再优秀的推销员也没有办

法在 3 个月内成功推销 700 万套。

推销的成功靠的是持之以恒的积累,而营销的成功靠的是“大量提供、大量销售”的好方法。前者是辛辛苦苦赚小钱,而后者是轻轻松松赚大钱。

营销是切实可行的积累财富的方式,但是要做好营销就必须要先做好推销,推销是营销的基础。因为好的销售方案需要对市场和客户有深刻而准确的了解,而这种能力必须在推销中才能获得。因此,想要拥有财富的人就必须具备推销和营销这两种能力。



市场需求：销售的出路

2008年，随着北京奥运会的落幕，一场全球性的金融危机接踵而至。全世界的股市都狂泻直下，在大多数人还没有弄清楚金融危机是怎么回事的时候，自己砸在股票里的钱就已经蒸发不见。

格林斯潘说：“这是‘百年不遇’的经济危机。”一听“百年不遇”，就知道这下惨了。就像遭遇60年不遇的洪水或是遭遇百年不遇的大地震等一样，日子铁定不好过了。

于是，企业纷纷缩减开支、裁员减薪、调整投资步伐；底下的员工们也忙着自我增值、祈祷自己的名字千万不要在黑名单里出现；大学生们努力准备进修、就怕还没就业就已经失业。所有的人都问：“出路在哪里？”“要到哪里去赚钱？”

事实上，钱是满足社会需要的回报，满足多少需要，就能得多少钱。

比尔·盖茨满足了全球对电脑操作系统的需要，这个需要范围最广、人最多，所以比尔·盖茨就成了世界首富。

大大地满足需要就大大地发财，小小地满足需要就小小地发财。

因此，所谓出路和赚钱发财就是满足他人的需要，越大程度地满足他人的需要，出路就越广，赚的钱也就越多；不能满足他人的需要，自然就是“0”回报，就是穷光蛋一个。

麦当劳总裁雷·克洛克，满足了全世界各种肤色、各种语言、各种文化的人们共同需求——“方便、快捷、卫生”的吃饭需求，因此他便拥有了一

个快餐帝国。

1955年,第一家麦当劳餐厅在美国伊利诺伊州开张。接着便以惊人的速度发展,到1961年,麦当劳已经发展成为了拥有323家连锁店的集团,到1964年,又翻了一番;1965年,达到710家;1967年,更增至900余家。至今,它已经是拥有连锁餐厅超过2.8万的快餐帝国。

麦当劳的黄金双拱门已经深入人心,成为人们最熟悉的世界品牌之一。它每天要招待超过4000万的顾客,至少要卖出820万个汉堡包。

试问,麦当劳每天都会满足这样多的需求,又有什么理由没有出路、赚不到钱呢?

也许你会说,经济形势好自然需求多,现在是非常时期,所以还是很难。可是,阿里巴巴的3000人大招聘又是怎么回事呢?许多公司都开始节衣缩食来过“灾荒”,可是阿里巴巴却如此大手笔,难道阿里巴巴是太有钱了,怕它长霉生虫,所以拿出来用一用?

其实,阿里巴巴的这一动向是经过深思熟虑的。经济不景气,商业平台和商业渠道就成了稀有资源,于是他们就广泛提供平台和渠道。他们看准了目前是自己大力发展的好时机,于是为自己准备了3000人的生力军,准备大干一场。

同样,现今的就业形势如此严峻,不也是51job、智联招聘等千载难逢的机会吗?可惜的是,慧聪在持续亏损,并没有在危机中抓住这个良机。

山雨欲来风满楼。天气凉了,西瓜卖不动,可以卖羽绒服;下雨了,凉鞋卖不掉,就买雨靴;人渴了,你不能把烧饼卖给他,但是你能把茶水卖给他……

由此可见,无论何时,人都是有需求的,一方面的需求减小了,另一方面的需求自然会增加。

如果你只是盯着越来越小的需求唉声叹气、惊魂不定,自然看不见另

一面膨胀起来的需求。

处处有需求,处处有出路。社会需求五花八门,出路也就绚丽多姿;社会需求无穷无尽,所以,寻找出路便永无止境。满足社会小的需求,就有小出路,满足大的需求,就有大出路。顺着需求找出路,很快就会发现,社会的巨大需求为我们提供了无数条出路。

所以,只要我们用心去感受、去倾听、去体味、去捕捉,就一定不会走投无路。



外部性：销售中的借势原则

几年前,在营养保健品市场上,展开了一场如火如荼、十分搞笑的“补钙大战”。众多的商家,携带着各自琳琅满目的补钙商品参与其中。报纸上、杂志上、电视上、广播里,到处都充斥着补钙的广告。

然而,令人惊讶的是,这样铺天盖地的补钙广告并没有让补钙营养品的销量提高多少,反而让农贸市场里的肉骨头实实在在地畅销了一次。

为了补钙,老百姓争着抢着去买肉骨头,尤其是猪的脚筒骨,骨髓多,味道好,简直就是供不应求。而价格一涨再涨,最后甚至与肋条肉持平。

那些花大钱为自己的补钙产品做广告的企业们,无异于为他人做了一次嫁衣,为他人做了免费宣传。

在经济学上,将这种经济主体在自己的生产和消费活动中对他人产生了影响的现象称为“外部性”。如果产生的是好的影响就叫“外部经济性”,或者“正外部性”;产生的是坏的影响就叫“外部不经济性”,或者“负外部性”。

而在现实生活中,“外部性”的例子比比皆是。

例如,街道上彻夜通明的灯光,使得那些奋发自强的贫苦少年得以在深夜读书,从而最终成为了杰出的人才。灯光带来了外部经济性,我国著名生物学家、实验胚胎学的主要开创人童第周就是从这种外部经济性中获益良多。

同样,“负外部性”的例子在生活中也随处可见。

例如,街上彻夜通明的灯,方便了不法分子窃取井盖等公用设施,这就是负外部性。再比如,有个地方在修路打隧道,对山体进行爆破作业,却惊吓到了附近养牛场里怀孕的母牛,致使它们纷纷流产,给养牛场造成了经济损失,这也是负外部性。

上面这些例子的外部性都并没有以相关各方的价格为基础。如果以价格为基础的话,那么可以将负外部性描述为,个体所付出的成本导致了他人额外成本的产生,从而构成了社会成本,如社会的污染问题,有的浓烟滚滚、粉尘弥漫导致了大气的污染,致使居民患呼吸道疾病的概率大大提高,有的工厂直接将污水排入河流,导致水流被污染,使许多人因饮用水而生病,这就是极其严重的负外部性,是最为典型的社会成本。

而正外部性可以描述为,个体收益给他人带来了额外收益,从而构成了社会收益,如公共物品就是很典型的社会收益的例子,全体社会成员都可以无偿享受,从而获得收益。

一般说来,外部性的产生并非个体的有意行为,也就是说个体的行为本来只是基于自身利益的考虑,而帮助了别人或者损害了别人都是无意中产生的影响。

比如,开篇中提到的商家花大钱为自己的补钙产品做广告,他们本意的打算是希望促进自己产品的销售,结果帮助了农贸市场卖肉骨头的商贩却属无意而为之。

外部性的广泛存在使得管理者在做决策的时候不得不联系他人的决策加以综合考量。

一方面,对于他人的正外部性要加以利用,负外部性要加以规避。例如在大商场的附近开设餐馆,大商场为了自身的生意繁荣必然会投入人力和物力加以宣传,为自己招揽顾客,而在它的附近开设餐馆,无异于免费分享了它的人气所带来的经济效应。这种做法就是充分地利用了其正外部

性,将正外部性“内部化”了。

另一方面,“己所不欲,勿施于人”,对于负外部性,最好及时消除,避免自己的逐利行为无意中损害到他人利益,进而引起诉讼纠纷,给自己的经营管理带来不必要的麻烦。而对于那些影响到公共利益的行为更是要防微杜渐,避免遭受法律的直接干预,让自己蒙受不必要的损失。



货币职能：热爱金钱，善待金钱

货币，是人们每天生活都不可缺少的，是一种特殊的商品，它是一种交换媒介、是一种价值尺度、具有延期支付标准和完全流动的财富储藏手段等功能。总的来说，货币是社会发展到一定阶段的产物，它除了像一般商品具有使用价值和交换价值的属性以外，还具有以下几种特有功能：

1. 价值尺度：在现实生活中，一切的商品几乎都可以用货币价格来衡量。

2. 流通手段：货币的流通手段职能是其价值尺度职能的进一步发展，因为所有的商品都可以用货币来衡量，货币的产生使得商品之间以物易物的交换形式，变成了以货币为媒介的交换形式，使得商品交换变得更加便利。

3. 储藏手段职能：货币作为一种财富的象征，具有储藏手段的职能，但需要注意的是，这里所指的往往不是观念上的货币，而是足值的金银条。

4. 支付手段职能：货币的支付手段职能指的是货币可以用来支付债务、地租、利息、税款、工资等。

5. 世界货币职能：货币可以在世界市场上购买国外商品、支付国际收支差额，作为世界范围内商品交换的媒介。

这几种职能中，价值尺度和流通手段是货币的基本职能，而另外三种职能则是在两者的基础上形成的派生职能。由于货币具有了这些职能，所以才成为了人们生活必不可少之物，拥有充足的货币是生活的一种基本保障和前提。通俗地说，就是“钱不是万能的，但是没有钱却万万不能”。

生活中，富人越来越富，穷人越来越穷，中产阶级仍然在债务泥潭中挣扎，这是不容我们否认的典型社会现象。那么，到底是什么原因导致了这

种现象呢？对于金钱的态度是最根本的原因。

穷人和富人也许一开始都没有钱，富人的想法是“金钱就是力量”，而穷人的想法是“我对钱不感兴趣”或“钱对我来说不重要”，久而久之，就根深蒂固地认为“金钱是万恶之源”了。这是潜意识的想法，自己未必能够意识到。比如有许多白领女性认为：“太有钱了也不是很好，因为钱会让人堕落、腐败，‘男人有钱了就变坏’就是最好的证明。”是的，的确有许多这种有钱了生活却越来越不快乐的情况。但是，那并不是钱的错，而是我们自己的修养不够或者心态不正确造成的。

试想，一个人怎么可能用尽心力去追求自己认为不好的东西呢，不追求又怎么会拥有呢？人喜欢与认可自己、喜欢自己的人在一起，钱也是一样，你不断地否定它，排斥它，它为什么会来找你呢？

当然，现实生活中，往往由于生活的需要而需要钱，但潜意识又排斥钱，在这种矛盾心理的作用下我们也许很勤勉地赚钱，但却未必用心，这也就是为什么大多数人都在有钱和没钱之间荡秋千的原因了。受这种矛盾心态的影响，即使一个人拥有多么好的赚钱能力，也都不可能成为一个富豪，而更可能成为一个中产阶级。就像你正在驾驶一辆法拉利跑车，一脚踩着油门，另一脚却踩着刹车，车子自然不可能以几百公里的时速前进，而且还会让我们在有钱和没钱之间受颠簸之苦，于是也只得长叹“有钱苦，没钱亦苦”。

由此可见，这样的金钱态度是不可取的。我们应该像大多数富豪那样去喜欢钱，认为钱非常棒。这样我们才能由衷地接受金钱的到来，欢迎赚钱的机会，掌握赚钱的方法，从而不断地吸引着金钱自动找上门来；热爱钱，也珍惜钱，这样我们才能积累财富，不轻易挥霍、让它流失，而且不断地储蓄与理财，最终挤入富人之列。

日本的松下幸之助先生曾说过：“贫穷是罪恶。”他不想犯罪，所以他一定会有钱。

美国的钢铁大王卡内基先生曾经说过：“贫穷是无能的表现。”

这些有钱人都在想贫穷是不对的，人不可以没钱，赚钱是应该的，赚钱是非常好的，有钱才是正确的，他们都非常热爱金钱。

那些没有钱或者在有了钱以后却反而痛苦的人往往是并不懂得珍爱、善待金钱的人。你玩弄了金钱，金钱就玩弄你；你不齿它，它就让你去过穷日子；你挥霍它，它就把你拖进欲望的深渊。

事实上，那些真正的富豪们都是珍惜和善待金钱的人。台湾企业界的“经营之神”王永庆是台湾最有钱的人之一，然而，他每次去吃热豆浆加蛋的时候，总是先点一碗热豆浆，喝几口以后才要求服务员再替他加一个蛋。他认为，与直接点一份热豆浆加蛋相比，这种方式能用同样的钱买到更多一些的豆浆。而美国富豪比尔·盖茨每餐的标准也只是 15 美元，恐怕比我们有些白领还要低。还有洛克·菲勒、瑞典宜家家居创始人英格瓦·坎普拉德、墨西哥首富卡洛斯·斯利姆·埃卢等，他们无一不是珍惜金钱的典范。

一个人如果想要赚大钱，首先要做的就是改变自己的心态，尤其是对金钱的负面联想必须先消除，要建立对金钱的正面联想。世界顶尖潜能大师安东尼·罗宾曾说过：“所有的财富开始和结束于你的思想。”这几乎在每一个有钱与贫穷的人身上都得到了验证。

钱，是好东西！只要你热爱它、善待它，它就会回报你。因此，以现在开始树立起对钱正面的联想。然后，我们会发现自己不但积极地去赚取金钱，同时，也非常快乐，当然也一定会成为一个有钱人！



风险理论：风险越大，利润越大

我们知道，在市场交易中，选择是最重要的，何时行动、采用什么样的方式行动，这些都决定了你的市场行为能否为你带来利润。当然，有选择就会有风险，世上的事情没有一件是完全可以确定或保证的事情，都具有风险。而那些敢于冒险的人，往往能够获得巨大的利润，而那些惧怕风险的人，始终难以有所作为。

美国运输业巨头、著名企业家科尼里斯·范德比尔特初创业时也面临着选择，但是他并没有贪求安稳、害怕冒险，而是认真考察了一番当时社会上的各个行业。最后他从汽船行业看到了自己的希望所在，他认为自己的机会就在此，于是决心全力投入这项事业中。他的这一决定使得周围的人颇为震惊。朋友和家人都认为放弃原本蒸蒸日上的事业而去到当时最早的一艘汽船上当船长，享受仅仅 1000 美元年薪的待遇，是极其不明智的选择。

当时，汽船在纽约水面上航行的专有权利被文斯敦和富尔顿所拥有，对此，科尼里斯·范德比尔特认为极不合理，在他看来，该法令根本就不符合美国宪法的精神。于是，他努力要求政府取消这条法令，并最终获得了成功。不久以后，科尼里斯·范德比尔特便拥有了自己的汽船。

在当时，美国政府总是要为往来于欧洲的大量邮件付出巨大的支出，善于判断并积极主动争取机会的科尼里斯·范德比尔特表示自己愿意免费为政府服务。对于政府而言，这实在是一件不错的事，而对于科尼里斯·范德比尔特而言，他的免费服务也并不吃亏，靠着这个，他很快建立起了庞大的客运和货运体系。就在他的汽船行业开始崭露头角时，他突然又发现，

像美国这样一个地域辽阔、人口众多的国家,铁路运输也必然会有很大的需求。于是,他边经营自己的汽船行业,边积极投身于铁路事业,并最终建设了四通八达的科尼里斯·范德比尔特铁路网络。

试问,如果科尼里斯·范德比尔特没有冒险的精神,安安稳稳守着一份不错的工作,怎么可能拥有后来庞大的事业王国呢?

联邦快递是全球最大的快递企业,业务遍及全球 211 个国家,每天平均处理 500 万件货件。而它的创始人弗雷德·史密斯就是一个极富冒险精神的成功的企业家。他为了追求自己的理想可以不屈不挠地冒险。

1973 年 4 月 17 日开始营业,联邦快递公司在 22 个城市开展业务。然而公司出现了严重的亏损,史密斯几经努力也未能转变形势。后来,公司负债越来越严重,甚至连工人的工资也快要无力支付了,而史密斯的做法是去拉斯韦加斯赌上一赌。结果,在无可奈何之下的冒险之举,真的让他从二十一点纸牌游戏中赢来 2.7 万美元,用来支付职工的工资。终于,公司走过了生死关。

1980 年时,联邦公司的营业额为 5.9 亿美元,赢利接近 6000 万美元,每股上涨至 24 美元,而史密斯也成为了一个富豪。回想自己险象环生的创富之路,他说:“我认为冒险并不是最危险的道路,相反,最危险的道路却是不采取任何行动。”

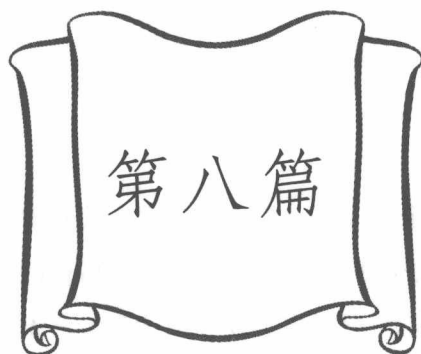
因此,要想自己的买卖有所突破,要想真正踏上致富的道路,就一定要有着迎着风险而上的搏浪精神,那些善于创造财富、增值财富的人深谙:风险越大,投资收益也越大。因此,他们从不惧怕风险,他们怕的不是风险大,而是怕没有风险。

当然,这里说要敢于挑战风险,是指的在把握规律、认清形势的前提下,将风险管理在最小的范围内,并且大胆地去追求高额利润。而那种明知不可为而为之的固执任性是绝不可取的。

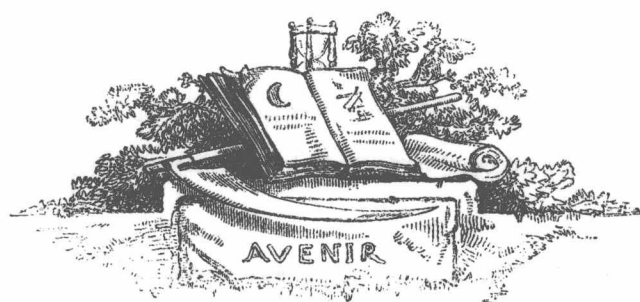
在对风险进行有效管理的前提下,敢于冒险追求高额利润。这里所提

到的风险管理是指识别风险、评估风险和处理风险,其中涉及财务、安全、生产、设备、物流、技术等多个方面。风险管理是一套完整的方案,一个系统工程。风险管理的基本工作是找出有可能会发生的各种不同种类、不同性质与特点的风险,并且分析这些风险的发生概率和造成损失幅度,然后再预先制定出有针对性的解决办法。我们可以看出,风险管理的实质在于事先的预测及处理,而非事后的反应,而这需要利用风险进行投资的人具有很强的市场判断力。

总的来说,要敢于冒险,才能取得高利润,但是冒险必须以将风险管理在自己的能力范围内为前提。



日常生活中的 经济学常识





成本与收益：嫁个有钱人的经济学分析

生活中,几乎每个女人都有着王子公主式的爱情梦想。嫁个有钱人,从此过着幸福无忧的生活,这是每一个女人都做过的美梦。那么,如果从经济学角度来看,我们可以得出怎样的结论呢?首先,让我们来看一篇在世界范围内引起反响的网络帖子。

“下面都是我的心里话。我25岁,拥有让人惊艳的美丽,并且谈吐文雅,有品位,想嫁给年薪50万美元的人。我认为这并不贪心,因为年薪100万也只算是中产。

为了实现我的愿望,我诚心诚意请教几个问题:一、哪里能找到有钱的单身汉?(最好能列出酒吧、饭店、健身房的名字和详细地址。)二、我应该把目标定在哪个年龄段?三、为什么长相如同白开水,毫无吸引人的地方的女人都能嫁给富豪?而单身酒吧里那些迷死人的美女却时运不济?四、你们凭什么决定谁能做妻子,谁只能做女朋友?(我现在的目标是结婚。)”

以上是一位名叫波尔斯的女士所说的话。不少女士都和她有相同的疑问。一位华尔街的名叫罗波·坎贝尔金融专家对此作了专业的学术性回答:

从经营学角度来看,跟你结婚是个糟糕的经营决策。道理很简单:经过总结归纳,你所说的其实是一笔简单的交易:甲方提供“貌”,乙方出“财”,公平交易,童叟无欺。但是,这里有个致命的问题,你的美貌逐年呈现递减

趋势,而我的钱则不会,相反它大有可能呈现逐年递增的趋势。

因此,从经济学的角度讲你是贬值资产,而且是加速贬值,我是增值资产!你现在 25 岁,未来的一段时间里,你仍可以保持美丽,即使你每年已经略有退步。可是你美貌消逝的速度会随时间的流逝而越来越快,十年、二十年以后你的价值还剩下多少呢?

用华尔街术语说,每笔交易都有一个仓位,跟你交往属于“交易仓位”,一旦价值下跌,就应该立即抛售,而不宜长期持有。因此,对会加速贬值的资源,聪明人都会选择租赁而不是购入——也就是你说的婚姻。你想要的年薪 50 万以上的人当然不可能是傻瓜,因此我们只会跟你交往,但不会跟你结婚。

我这里有一句衷心的的话,想办法把自己变成年薪 50 万的人,这比碰到一个有钱的傻瓜的可能性更大!

的确,坎贝尔的分析很专业合理。从经济学的角度来说,人每做一件事情都会有相应的成本和收益产生。

成本是指为了达到特定目的而发生或未发生的价值牺牲,这不需要做过多的解释。

至于收益的经济学概念,最详细的是 20 世纪初期美国著名经济学家达尔文·费雪在其著作《资本与收益的性质》一书中提出的最为详细。

费雪从收益的表现形式上分析了收益的概念,他认为主要有 3 种不同形态的收益:①精神收益:精神上获得的满足;②实际收益:物质财富的增加;③货币收益:增加资产的货币价值。

这三种不同形态的收益中,精神收益带有很强的主观性,很难具体计量;而货币收益则是不考虑币值变化的静态概念,因此它和实际收益都比较好计量。

同时,经济学家还指出,作为理性的经济人,当收益大于成本的时候才

会采取行动；而收益小于成本的时候往往就不会选择。从上面坎贝尔的分析中，可以看出，作为男人来说，由于娶那些拥有嫁个有钱人心态的美女给自己带来的效益往往是不经济的，因此他们绝大多数都对此持否定态度。

因此，想要通过嫁个有钱人来获得富足的生活是不具有经济可行性的。就像坎贝尔说的那样，与其等待一个渺茫的可能性，不如从此刻开始自己努力，通过自己的努力去过上自己想过的生活。



精神消费：吉祥号码为何能卖钱

生活中有很多类似的事情：一个全为9的5位QQ号高达20万元，一个最后7位都是“8”的手机号的价格高达22万元，带6和8的门牌的房价要比其他房屋的房价要多……只是一些虚而不实的数字为什么就能卖这么多钱，那些购买者买这些吉祥号码来做什么用？

据调查，人们买这些天价的吉祥号码无外乎两种用途：买来送人或者个人嗜好。而人们之所以对这些吉祥号码有需求，是因为人们觉得它吉祥，这是一种精神消费。据统计，购买这些吉祥号码的人几乎都是生意人。

由于人们对吉祥号码有精神消费需求，使得吉祥号码具有了市场价值，而这更促使它成了收藏爱好者的宝贝，吉祥号码的精神消费得到了进一步的发展。有一个收藏爱好者在两年之内收藏了二十多个尾数为“7”、“8”、“6”等的吉祥号码，其中尾数为5个“8”或者“6”的号码有五六个，而其中最便宜的号码都超过10万元。

吉祥号码的产生是由于人们会受到传统观念和个人喜好的影响，从而对某个数字或者某组数字产生崇拜。在很多人看来，这些数字会给自己带来好运，因而吉祥号码备受一些人的青睐、甚至达到了崇拜的程度。正是出于对吉祥号码的崇拜，吉祥号码拍卖在我国非常普遍。例如，因为“8”和“发”谐音，“6”和“顺”谐音，所以许多地方的人都认为“8”和“6”能够给人带来好运，与“8”和“6”相关的数字总能卖个好价钱。相反，因为“4”的谐音是“死”；而“13”在西方文化中代表背叛和出卖，因此许多人对13和4非常厌恶，而商家对于与这些数字相关的号码往往是免费赠送的，有

些楼盘甚至将 13 层更名为“12A”，迎合了一些业主的喜好。又或者，某些数字对于某些人来说具有纪念意义，因此也可以卖个好价钱。例如由年月日构成的 QQ 号码，因为是某些人的生日，所以这些生日靓号也非常叫卖。

人们的精神消费需求使得吉祥号码有了市场价值，那么又是什么使得这些吉祥号码的价格远远高出它们本身的价值，卖出了天价呢？

其实这种看似不正常的现象，从经济学的角度来说，是市场规律的正常表现。

经济学上有这样一句话：“有用的水，不值钱；无用的钻，天上价。”跟吉祥号码的天价是一样的道理，是市场上的供求关系决定了其价格。一般来说水资源取之不尽，到处都是，供给无限，而需求量一定，所以水就不值钱了；而钻石稀有，供给量少，而需求量大，所以就值钱。相反，在沙漠中由于水资源非常稀有，而人的需求大，水就变得值钱了。同样的，每一个吉祥号码都是唯一的，但是对吉祥号码具有精神消费需求的人却很多，因此吉祥号码便被炒成了天价。这里，还涉及一个稀缺性的问题。

资源的稀缺性可分为这样几种：①天生的，无法再创造的资源，如金子、钻石；②衍生的稀缺资源，例如我国现在的土地是稀缺资源，但是在古代的时候却并非如此，这种稀缺性是因为人口越来越多衍生出来的。商品的稀缺性往往是导致价格昂贵的一个重要因素。例如，清朝的大龙邮票在世间仅存数枚，因此价格非常昂贵。如果现在有善贾者将其他的大龙邮票都撕毁了，仅留一张，那么这张邮票的价格将远远超过所有大龙邮票价格的总和。因为仅存的大龙邮票其稀缺性已经到了极致。

当然，吉祥号码之所以能够卖出天价，还有一个重要原因便是人们对稀缺资源的偏爱。但是人们对像吉祥号码这样的稀缺资源偏爱过度，对整个经济来说却未必是有利的，这很容易引发“劣币驱逐良币现象”，进而给经济带来不利影响。

历史上很长一个时期内，人们在买卖中使用的货币并不是纸币，而是

金属铸造的铸币。这种铸币虽然携带不方便,但是却是一种财富的象征,而且铸币本身也具有价值,其价值就是其所采用的金属的价值,这个价值是由其金属重量和成色决定。但是,在铸造的时候,并不能保证每一个货币都有一样的成色和重量,再加上铸币在流通的过程中,会有一定的磨损,这样一来,虽然是同样面值的货币,但是其实际价值是有差别的。面对这两种货币,无疑良币能够给人带来更大的精神满足,就像偏爱吉祥号码一样,人们更加倾向于愿意持有良币。人人都想把良币留在自己手里,久而久之,市场上流通的就都是“差”的铸币了。这样在市场上就出现了劣币驱逐良币的现象。

“劣币驱逐良币”是经济学中一个古老的原理。由于金属本身的市场价值就是变动的,再加上两者兑换比率相对保持不变产生了“劣币驱逐良币”的现象,使得铸币的复本位制无法实现,从而大大影响了经济的发展。

在现实生活中,人们对吉祥号码的偏爱、非理性的精神消费同样会导致市场上劣质产品驱逐优质产品的情况出现,使市场处于劣质产品泛滥的非正常状态中,从而给经济的发展带来不利影响。因此,即使在精神消费的时候也请保持适度理性。



美女经济：商家为什么钟情美女

在商品短缺的时代,人们渴求商品,拿着钱排着队托关系购买商品,可以毫不夸张地说,无论企业生产什么都能卖得出去。但随着经济的发展,那样的时代已经一去不复返,市场上的商品数以万计,但是人们的需求量是有限的,现在的市场不是消费者的竞争,而是商家的竞争,竞争着将自己的商品卖出去。在这种情况下,消费者的注意力成了商家渴求的一种稀缺资源。谁能够吸引人们的注意力,谁就能够提高产品销量。为了能够抓住人们的视线,商家想了一个办法,就是:通过金钱来吸引美女这种稀缺资源,再通过美女这种稀缺资源来吸引人们的注意力这种稀缺资源。这样一来,“美女经济”便应运而生了。

其实,美女经济就是注意力经济的一种具体运用。美女们以“形象代言人”、“亲善大使”、“慈善大使”等身份在市场上争夺人们的注意力,为商家立下了汗马功劳。从数年前电视台“选美大赛”的火热,到今天美女主播的加入提高了电视台的收视率;美女拍广告,广告就不再单调乏味;有了美女做形象代言人,商家就可以提高人们对自己产品的关注度和购买率……可以说,今天,美女经济这个词在市场经济中得到了最有力的印证。

我们知道,凡是经济活动,往往都包括物质文化资料的生产、分配、交换、消费。美女经济也不例外,那么它的物质文化资料的生产、分配、交换、消费这四大活动是如何运作起来的呢?现在就让我们从选美这个角度来谈谈。

选美是“生产美女”的主要方式。生活中,有许多美女,但是她们被茫

茫人海所淹没,往往汲汲无名,这时她们还仅仅是一种未开发出来的资源,并不具有市场效应。而选美则将这种资源开发出来,将其包装并推到大众的面前,让其成为名满天下的“美女”,以便让她获得人们的注意力,具有市场价值。以模特业为例,模特公司花人力物力将美女从人群中选出来,然后对她们进行培训、包装等的最终目的就是把自己的产品即模特,推向市场,出售给商家,已实现交换价值。

简单地说,选美是生产“美女”这种商品,上市即进入流通,售出则是实现交换价值。至于分配,则是花了钱就获得参与分配的权利。你花了钱,那么你就拥有了享有分配的权利,你可以获得合乎自己心意的模特,比如你要的模特三围必须是84、60、82,于是一批模特被淘汰,你获得了符合你标准的模特,这样分配就完成了。

接下来,你会怎样消费美女呢?你可能会将美女们作为商业促销工具,把美女们当做生产资料来消费,在消费过程中其价值也就转移到商品上去了。

这就是美女作为一种文化资料的生产、交换、分配、消费的全过程。从中可以看出美女经济是百分之百存在的,它是稀缺的美女和飞速发展的经济结合的产物,而现今正是美女经济的时代。

在广告中,红星刘嘉玲成了SK-II化妆品的代言人,OLAY请来了范冰冰说服你用OLAY美白护肤系列会更美丽,欧米茄让章子怡来告诉你什么才是品位……利用美女的高吸引力来做文章,已经成为了独树一帜的一门产业。

在生活中,美女更加容易成为厂长、经理、广告公司的老板,也是受到美女经济的影响。俗话说“美女好办事”,虽然这些美女们并非绝顶聪明,但是拥有一定的智慧再加上美貌资源往往让她们无往而不利。某报社的一位被称为“金牌杀手”的漂亮女记者总是能够采访到自己想要采访的人,没办法,谁叫她靓!一家贸易公司生意差得都快关门了,但自从新来了美

女销售总监后,业绩直线上升,让人不服都不行……

除去美女经济的直接影响,它还间接地带动了其他如服装、化妆、餐饮业等多种经济的发展。三分长相,七分打扮,美女也要经过包装,为了能成为美女,再贵的衣服、化妆品也会眼都不眨地买下来,如此一来商家也就不愁自己的产品卖不出去了。

在今天,美女的影响力越来越大,各个领域、各个行业都或多或少地受其影响。房地产业界、娱乐业界都受到它的影响,就连以往只能靠本事吃饭的文学界也不例外,不然为什么美女作家的书总是更容易畅销呢?

那么,美女经济为什么会扑面而来呢?

其实,这完全是市场经济发展的结果。孔子早就说过:“食、色,人之天性也。”喜欢美色是人的天性。在涌动的人潮中,一个美丽的女孩跃入你的眼帘,她的美丽与清纯、她的音容与笑貌、她的衣饰与打扮……这些都牢牢地抓住了你的注意力,即使她的身影已经飘然远去,你依然久久无法回神。这种美女所具有的独特的吸引力和美丽吸引的时效性,使得商家意识到,美女是自己获得人们注意力资源的有效手段。美女的特性再加上市场经济的需要,美女经济便产生了。

需要注意的是,在传统的计划经济体制下,美女经济是不会出现的。在计划经济体制下,道德约束和个人生存对政府的依赖性都遏制了美女经济的产生;更为重要的是,由于整个经济活动由计划指令来安排,美女是不具有市场价值的,因此美女经济自然也就无法发生。

总之,美女经济是市场经济发展到一定程度的产物,它不仅是对市场销售理念的一种冲击,也在一定程度上使人们对财富及家庭婚姻观念的理解发生了改变。它告诉人们,在市场经济飞速发展的今天,发掘自己的天分来增加个人收益,关键是如何提供相关的市场,如何设定好的市场运作规则。



炫耀性消费：富翁为什么越贵越买

几年前有一则“爱事业更爱好女孩”的征婚广告轰动一时。其内容是：“优秀男士，未婚，汉族，70后出生，170余公分，学位硕士，现任某私企CEO，年收入过千万，资产过亿，现居上海，诚觅好女孩。”这则广告被投放到全国100多家媒体，仅广告费用就数以百万计。

作为一个年轻有为的未婚青年结婚有那么难吗？需要如此高调地登广告吗？其实，在很大程度上这是一种炫耀行为。

我们知道，奇瑞QQ和法拉利跑车，就其使用功能而言都是代步工具，方便出行，但是法拉利却能显示出主人与众不同的身份；还有那些数以百万计的名家定制的服装，与一般的服装也并没有本质的不同，所不同的是能够衬托出穿戴者的身份，显示其华贵与不凡。经济学家将这种目的不在于实用价值，而在于炫耀自己身份的消费行为称为炫耀性消费，也就是人们常说的“显摆”。爱“显摆”的消费者往往都具有商品价格越高越愿意进行消费的消费倾向。

炫耀性消费的概念最早是由美国19世纪末20世纪初制度经济学家凡勃伦于其1899年出版的著作《有闲阶级论》中提出的。凡勃伦是经济学中制度学派的创始人，他认为，先富起来的资产阶级在有了钱以后为了显示自己的优越感和荣誉感，就进行炫耀性消费是一种浪费行为。因此，他对这些资产持有人始终持批评和朝讽的态度。选择炫耀性这种非理性消费的主要目的并非为了获得直接的物质满足与享受，更多的是为了获得

一种社会心理上的满足。某些商品具有炫耀性的效果,比如高级轿车可以显示地位的高贵、而艺术品收藏则可以显示出个人的品位,这类商品定价越高,其炫耀效果越好,而那些有钱人就越愿意购买它。随着社会的发展,这种消费也会逐渐增长。

那么,这种炫耀性消费具有什么特性呢?按照一般需求定律,需求量和价格成反方向变动,但是这一定律对炫耀性消费却并不管用,在炫耀性消费中,商品的价格越高,富人越是趋之若鹜;而价格低了,富人反而不愿意购买了。也就是说,炫耀性消费,需求和价格成同方向变动。

有一个将服装做得很好的老板曾经说道:曾经他一度追求质量好、价格对应质量的营销路线,然而服装却并不好卖,没钱的人买不起,富人又因为价格低而嫌档次低不愿意购买。后来有一位很有商业经验的前辈给他提了个建议,要他将服装价格从原来每套几百元提高到数千元,这样就打开了在富人中的销路,他的经营也因此而出现了转机。

由此可见,炫耀性消费是许多富人的一种主要消费趋向。

与一般的消费行为相比,炫耀性消费不仅“反需求定律”,而且其边际效用的变化情况也是相反的,是呈上升趋势的,例如有不少富人都爱玩名牌,无论是名车还是限量版的服装,富人们对其拥有量每增加一单位,就会觉得自己的身价又增加了,其心里的满足感就会多增加一分。

曾有一则报道上说,一位富翁钟爱收集各地的微型冲锋枪,当那年他又收集到一挺德国制造的微型冲锋枪时,他竟然开心得心脏病发而去世了,可见这微型冲锋枪的边际效用有多么大。

穷人与富人的消费行为模式的不同,也就衍生出了穷人的市场和富人的市场这两个截然不同的市场的存在。

穷人的市场,低档消费品与日用品是主要商品;相反,在富人的市场上,高档消费品与耐用品才是主要的。

由于世界上大多数的财富都掌握在富人手中,因此富人拥有主要的购买力,所以占有世界生产份额 80% 的大厂商都针对富人生产质优价高的商品;而小厂商则负责供应穷人,但是小厂商生产的商品附加值低,为了逐利它们往往不择手段,黑心棉、毒奶粉等事件层出不穷。这些都是炫耀性消费所带来的负面影响。

总的来说,炫耀性消费是社会的一种悲哀,是应该被批判的,但面对它更多的是无奈。



同居的经济学分析：同居到底伤了谁

生活中有越来越多的青年情侣选择了同居,而非结婚,并且在近期内也没有结婚的打算。这些青年们为什么会这样选择,这样的选择明智吗?在这样的现象背后又有着怎样的经济学奥秘呢?

从经济学的角度来说,婚姻的机会成本非常高。首先,爱情作为纯粹精神的东西在物欲横流的现代社会受到物质财富的冲击越来越大,结婚意味着放弃选择更好的对象的机会。第二,当前生存条件和生活环境越来越严峻,购房按揭贷款,未来工作变动问题都是需要考虑的,结婚往往意味着放弃有可能出现的更好的事业发展机会。

在这种情况下,青年情侣们便选择了一种折中的办法,即同居。采用这样的方式,既可以享受温馨的婚姻生活的同时,又不必承担婚姻所带来的机会成本和沉没成本。具体地说,同居的出现主要包括以下几方面的原因:

1. 青年情侣们缺乏对未来生活的理性规划。在市场经济条件下,人力资源的流动性很大,人们工作不稳定,工作所在地、居住地存在变动的可能性,再加上对未来经济收入的预期不确定,许多青年人对结婚充满了恐惧感,结婚变成了一种拖累。

2. 女性的经济越来越独立,她们不再需要通过婚姻这个长期稳定的契约来获得可靠的生活保障。经济上的独立,使得女性也追求自由选择的空间。而同居作为一种合作意向,而非正式契约,使得双方承担的责任都更少,选择都更灵活。

3. 情侣间彼此结识的成本低。随着社会的发展,男女之间结识的途径和方式越来越多,也越来越容易,彼此结识成本低是现代男女喜欢采用同居这种生活方式的一个因素。认识的成本低,认识得快,熟悉得快,分手也就快。由于成本低,人们便不容易珍惜,在这种不稳定的感情关系下,双方最适合的选择就是同居。

4. 社会的进步带来了对传统观念的颠覆。社会的进步,使得生儿育女、传宗接代、养儿防老等观念在青年人的头脑里日益淡化,现今大多数男女在一起的目的是追求快乐和愉悦而非生儿育女、传宗接代,因此两个人都不需要承诺,合则来不合则去,离合都为大家高兴。

5. 同居现象是由经济基础所决定的上层建筑。经济的发展必然影响人们的思想文化意思,对同居现象的接受度逐步加深。

如果说同居现象是社会和经济发展的产物是成立的,那么这种现象到底是合理还是不合理呢?

有一位哲学家说过:“存在即合理。”从经济学的角度说,同居是理性经济人的一种理智的选择,这种选择会使人们付出相对低的成本获取较高的收益。

同居使青年情侣与夫妻名分、财产关系、子女关系等很多东西撇清了干系,留下来的、与他们有关的似乎只有爱与性。关于性,经济学家对其也有非常精彩的分析。

经济学家认为,性行为是一种珍贵的稀缺资源,性别就是成本,能带来多少收益取决于经济人的理性选择是什么。

作为一种经济行为,性行为也有需求,有供应,有风险,有收益。因此双方在决定是否发生性行为时应该计算投入产出比,需要理性的思考。

要知道性行为是有成本的,在决定性选择之前,需要考量自己能够承担其成本,通俗地说,就是要考虑能否承担性行为的后果,比如意外怀孕、感染性病等,当然为了避免这些自己不期望的事情发生,人们也往往会采

用一定的安全措施。当然,想从这种行为中获得最大的收益、产生具有效用的人生体验,则需要参与者充分合作,要具备两个先决条件:一是双方都不能逃避应负的责任,二是彼此都要明确自己施予和接受的双重角色。

总之,从经济学的角度来说,同居现象的存在是合理的,但是其影响是正面的还是负面的,还有待进一步的讨论。不过就其风险来看,是不可取的。

同居和婚姻的差别也就只有一纸婚书,然而,放弃婚书也就相当于放弃了婚姻所给予的保障和权利,但是,却要履行婚姻的义务。

比如:同居中,男方一般会承担起女方的生活开销,也就是“养家”的责任,但女方极有可能卷着你的钞票远走高飞,而你只能干瞪眼;而女方则要负责照顾男方的饮食起居,辛苦不说,还有可能怀孕,然而没有婚姻的保障,男方就可以理所当然地始乱终弃。

难道你真愿意放弃权利、不要任何保障和回报,只要付出,只要爱他(她)就好?

我们必须清楚地意识到:

同居关系是站在一种“有条件的委身”的基本共识上。这种态度告诉你:“只要凡事顺利我就跟你在一起,若是出了什么问题,那就一切作罢。”生活中不可避免地总会有辛苦难挨的时候,到时配偶就说拜拜了。事实上,结婚的伴侣较可能忠于对方,而同居的人对伴侣不忠的报告是已婚人士的4倍。

婚姻能够赋予爱情双方永久的承诺,婚姻的誓约成为一种保障力,将人心坚固地联合在一起。大多数的婚姻誓言仍包括如此的承诺:“不论病痛或健康、富足或贫困,我们会爱、尊重并珍惜对方,至死不渝。”这承诺这么重要的原因是:人与人之间最好的关系是建立在真心与诚挚上,就是双方可以保持真正的自我。婚姻永远的承诺正可以应允这些:“即使我认识

到真正的、有缺陷的、不完美的你时,我仍会跟定你。”

婚姻是能给予孩子的最稳定的环境,许多同居者不打算生小孩却不可避免地有了孩子,1/4 以上的未婚母亲的孩子是在她同居的时候生的,而我们谁都清楚一个未婚妈妈以后的道路将有多难走。

因此,一个懂得感情、尊重感情的人不会在恋爱的阶段做结婚后才做的事情,即使彼此已经发生了亲密关系,也不要同居。



婚姻经济：女人最具风险的投资

“嫁汉嫁汉，穿衣吃饭！”这是最庸俗又最实际的婚姻追求。几千年来，中国女性一直在为这条最直白的“人生目标”堂而皇之地前仆后继着。先不管这一追求高尚与否，单就“嫁汉”这一点而言，既要爱情又要面包，恐怕是所有美女对婚姻的最原始憧憬，否则“水晶鞋”也就不会如此受人追捧了。就算再超凡脱俗的美女，怕也不愿意嫁给一个贫困潦倒、一事无成又“扶不起”的男人。贫困潦倒不是问题，关键是要有“脱贫”的时候；一事无成也没关系，关键是要有“成事”的可能；至于“扶不起”那就真的脱不了干系了，如果再加上有什么不良嗜好、暴力倾向，女人一辈子的幸福也就搭了进去。

基于以上种种，婚姻不是投资又是什么？而且是风险最大的一项投资。其他的投资用的是钱，而这项投资花得可是你的青春和幸福，是万万输不起的。即使再有能力的女人恐怕也不愿意跟一个“阿斗”样的男人过一辈子。婚姻这种投资不单单是为了让自己衣食无忧，衣食无忧只是不赔本而已，女人通过这项投资赚到的应该是幸福才对。所以，自古以来的聪明女子都知道为自己找一个好归宿，而独具慧眼也是女人投资方向准确与否的关键。

其中成功者有之，红拂女就是最好的明证，在没有任何交流的情况下，单凭李靖与杨素的几句对白，就能判定他日后必成大器。连当时权倾天下的杨素也没有这小女子的见识。更值得佩服的是，她能够为自己的这种见识下“血本”，当晚便“夜奔”李靖而去，随后成就了一段千古佳话。自己也

因为“投资”成功而成为人人艳羡的一品夫人。

当然,投资失败的也不在少数。所谓“易求无价宝,难得有情郎”,美艳聪慧如杜十娘者,也难免有看走眼的时候。左试右试以为自己找到个可以托付终身的“有情郎”,结果却是个没有主见、薄情寡义的“白眼狼”。“投资”李甲就是她最大的失误。像很多炒股血本无归的股民一样,杜十娘也选择了轻生,只不过前者跳楼,后者跳江,结果同样让人欷歔。

投资的结果并不是单纯的运气问题,虽然婚姻的风险无法回避,但是男人好坏却有迹可循。值得被你投资的好男人的优点有很多,比如尊重你、体贴你、宠爱你、对人礼貌、待人宽厚、受人欢迎……具备了这些优点的男人必然具有好男人的潜质,是值得投资的对象。好男人的优点有很多,这里我们不做具体的讨论。美女们重点要回避的是那些不能“投资”的男人:

1. 大男子主义倾向严重的男人。每个男人身上差不多都有大男子主义的倾向,但是严重程度却有不同,美女们不能投资的只是那些一点都不把女人放在眼里的男人,他跟你在一起的目的不是因为他有多喜欢你,而是他到了结婚的年龄需要一个女人来组织家庭,而你刚好符合他的某些要求。至于想要从他那里获得你想要的尊重,基本是一件不可能的事情,因为他通常连你在说什么都没听见。投资这种男人只会让你一辈子迁就他,你以后会生活得很辛苦的。

2. 没有主见的男人。这种男人优柔寡断,不知道自己想要什么,对任何事情都无法做出积极有效的判断。他一味地征求你的意见不是因为尊重你,而是因为他害怕自己判断失误被你责怪。无论和你在一起还是处理其他问题,他的言语都闪烁其词,变来变去,迟迟不肯下定论。在以后的生活中你也同样要面临他的种种不确定,操心是必然的事,关键是操心之后的结果未必就能好到哪儿去。

3. 目的没达到就发火的男人。当他因为某件事情的目的没有达到或者当你拒绝他的亲密行为时会发火的男人。这样的男人不是脾气坏的问

题,而是心胸狭窄的问题,遇到事情解决不了就恼羞成怒,自尊心脆弱得一塌糊涂。而且还不懂得去尊重别人,这样的人要想成大事也难,所以如果你不是爱他爱得死去活来,还是谨慎投资的好。

4. 两地分居的男人。这虽然跟个人品质没有多大关系,但是一旦结婚就关系到你们的生活质量问题。柏拉图式的爱情并不是不好,“距离产生美”也并不是没有道理,但是自身的生理和生活需求也是婚姻生活不可缺少的组成部分。爱一个人却不能在一起比没有人爱更加让人觉得寂寞,再加上如果以后你们有了“爱的结晶”,自己一个人带孩子是一件十分辛苦的事情。就算没有孩子,一个人过日子的生活也一样是难熬的。

5. 非正常途径认识的男人。这里的非正常途径指的是通过网络或夜店认识的男人。网上有好男人,夜店也有,只不过这种概率会因为场合的特殊而变得不确定起来。他们在生活中的样子和你认识他时给你的感觉必然有着很大的差别。网络本身就有某种虚幻的成分在里面,而夜店也是一种暧昧的场所,不适合纯粹的爱情滋长,更不适合实际的婚姻的建立。所以,在投资这种婚姻时更加要谨而慎之。

婚姻就像炒股,在对前途未知的情况下,大部分人愿意选择“绩优股”,这是可以被理解的。不过“绩优股”的价格也实实在在地摆在那里,有没有能力驾驭是个值得深思的问题。慧眼独具的女人选择“潜力股”,升值的空间大,当然风险指数也相对上升。不管是绩优股还是潜力股,都有升值或贬值的可能,美女们除了要有精准的投资眼光,还要做好强大的心理建设,这样才能在投资失利时有足够的耐心去等待水涨船高。婚姻当然不能用简单的炒股行为来概括,美女们只要领会精神就好。无论如何,都祝福美女们婚姻美满、“投资”成功!



离婚的成本：离婚要谨慎

现在的人对于离婚这件事都看得很开,尤其是二三十岁的小夫妻们,动不动就把离婚提上日程。用不着等到“七年之痒”,有的甚至蜜月期都没过完就已经没了热情。当初只是为了结婚而结婚,没有想过结婚以后是要回归生活“过日子”的。理想与现实的反差,加上柴米油盐,争执之声渐起,和谐被干戈取代。争吵、冷战、对抗,硝烟在婚姻中弥漫,爱情的归宿变成了爱情的坟墓,坟墓中的两个人当然不愿意就此埋葬自己的幸福,于是离婚便成了走出坟墓最简单快捷的办法。

但是,人们有没有想过,这种最简单的办法其实并不一定是最好的,如果你的心态没有转变,即使进入下一段感情或婚姻,也依然不会得到自己想要的东西。有一个关于爱情的非常幽默的比喻:“找男人跟找工作一样,总以为自己的不好。结果跳槽一看,哇哦,原来都不像看起来那么好!”人们总在憧憬未来会变得更好,却没有想到要去经营现在。没有现在的基础,未来的美好又要建立在什么之上呢?如果这些大道理还不能让想要离婚的你警醒,那么我们不妨用一些实际的数字来计算一下离婚的成本,看看当离婚问题被物质化之后,你失去的将会有多少:

1. 成本费。这是离婚中花费最低的一部分。它一般出现于协议离婚当中。相关手续费或工本费大约是几十元至一百元。当然这仅限于你们好聚好散,下次见面还能一起打招呼、吃饭的那种。

2. 诉讼费。这就属于不能好聚好散的那种了,需要闹上法院才能分出个对错、输赢的诉讼离婚。这种离婚方式你需要花费的费用为:50元

法院诉讼费,1000 元到几千元的律师费,几百元到上千元的财产评估费,500~1000 元的调查取证费,以及 500 元左右的律师交通费。按最低总花费至少也要 2000 元以上。

3. 财产分割。以上两项都不算什么,真正的损失从这里开始。离婚之后将有一半的财产被分割掉,不要以为你会从中得到什么。即使那些东西不是你的,但是起码你原来是有使用权的,而现在当你得到半座房屋资产的时候你却失去了整座房子,当你得到一半车产的时候,你却已经无车可开。以此类推,你得到的所有的一半都是以你失去它的全部为前提的。

4. 孩子的抚养。作为夫妻最重要的“产品”,孩子永远是离婚当中最难以解决的问题。从抚养权的争夺到抚养费的争取,以及以后面临的各种问题,还有孩子的成长环境和心理健康,得不到孩子一方所要承受的骨肉分离之痛,远比任何现有财产都更加昂贵。

5. 心理、感情损失。在夫妻生活中所建立的一切生活模式都要被打破,相同的习惯、共同的爱好、共同的生活圈和朋友,甚至曾经都爱吃的一道菜,也会因为离婚而失去原来的意义。你要面临改变有这个人在身边的习惯、回避共同的爱好、失去原来的很多朋友,这些成本同样是无法估量的。

6. 再婚成本。离婚后难免会选择再婚,两个人从不熟悉到走入婚姻,需要再经历一次性格的磨合、习惯的培养,这些无形的情感成本都是非常巨大的。同时,再举行一次婚礼的花费会让人再被“扒去一层皮”,经历又一次的洗劫。

将这些成本相加,然后用你解脱后所能得到的快乐减去你的离婚和再婚成本,看看自己是不是做了赔本生意。

当然,这并不是要你即使婚姻生活过得一塌糊涂还要咬紧牙关搭上自己下半辈子的幸福。如果你遇上了个动不动就打老婆的暴力倾向者或者根本就不把你放在眼里,将你男人的自尊始终踩在脚下的河东狮,那么早离早解脱。要你计算离婚的成本是基于你们之间还有过下去的可能。你

们的问题仅仅是因为彼此的主观意识太过强烈,都没有用心去经营这段婚姻,都在等着对方付出或屈服,你们的婚姻并没有病入膏肓,只要双方努力还有幸福的可能。让自己冷静下来抛开对彼此的成见,仔细思考一下,你可以做一个大胆的假设:如果选择另外一段感情,现在面临的诸多问题是不是就不会出现,你们婚姻当中的所有问题是不是都出在对方身上,而自己一点责任都没有?

在做出这些假设之后,如果你发现自己真的可以通过离婚让一切问题迎刃而解,而且即使遇到下一段感情也不会有同样的状况发生,那么你就尽管离好了。如果不是,那么就不要轻易做这个决定,毕竟离婚的成本太高,而这种成本不仅是经济方面的,还有心理方面的,你需要多久才能走出离婚的阴霾走向下一个幸福,这些都是未知数。

所以,无论从经济上还是从心理上,离婚都是件大大蚀本的买卖,但凡你的婚姻还有补救的可能,这赔本的生意还是别做了吧!



斗鸡博弈：夫妻间吵架不两败俱伤的智慧

夫妻之间因为像做家务这样的小事情而恼气、争吵，后发展至感情破裂，落得两败俱伤、离婚收场的事情比比皆是。其实，这样的事情我们完全可以用经济学智慧加以避免。

首先，让我们来了解一下经济学中的斗鸡博弈：

某一天，两只好斗的公鸡在斗鸡场上发生了遭遇战。这时，公鸡有两种选择：其一是进攻；其二是退让。而这场遭遇战的结果无外乎三种：①一方胜利、一方失败，当然，退让的一方将胜利拱手让给对方，在面子上会很挂不住。②双方都退下来，平局收场。③谁也不肯退下来，最后两败俱伤。通过分析，我们能够得出以下这个赢利矩阵：

甲 \ 乙	进攻	退让
	进攻	退让
进攻	$(-2, -2)$	$(1, -1)$
退让	$(-1, 1)$	$(-1, -1)$

上表中的数字的意思是：

斗鸡博弈中的甲乙双方如果均选择“进攻”，结果是不仅都失了面子而且还两败俱伤，双方都损失 2 单位的利益；如果一方进攻而另一方退让，则进攻方收益 1 单位，而退让方损失 1 单位利益；双方均“后退”，都失了面子，各自损失 1 单位的利益。

显然，对两只公鸡来说，最好的结果是：自己进攻而对方退让。也即是说，

斗鸡博弈中有两个纳什均衡点:甲进攻乙退让,甲退让乙进攻。现在关键的问题是,到底由谁进攻、又由谁退让呢?在博弈论中,如果有唯一的纳什均衡点,那么这个博弈是可以预测的;但是现在有多个纳什均衡点,到底选取哪个纳什均衡点则必须根据另外的有关博弈的细节信息进行选择。

生活中夫妻吵架和斗鸡博弈是一样的道理,必须要有一方退让才能够重修于好,但是到底由哪一方退让呢?这才是问题的关键。这需要采用一个混合策略,也就是估计对方进攻或者退守的概率,然后自己估算出一个综合效用收益加以比较,如果进攻的效用收益高于退让,那么就会进攻,反之则会选择退让。

比如,夫妻吵架,如果一方觉得:“面子又不当饭吃,何必把彼此关系弄成这样呢?这样斤斤计较还不如和和美美过日子。”对于这一方来说,退让的收益是大于进攻的收益的,那么他多半会选择退让;相反,如果觉得面子是天大的事情,失了什么也不能失了面子,退让的收益小于进攻的收益,那么他多半是不会退让的。

生活中,斗鸡博弈的例子随处可见,例如,小区内,物业呼吁大家出钱装一些公共设施,那么,那些认为钱比能否用到这些设施要重要的住户是断然不会出钱去安装的;相反,如果住户认为出点儿钱能够享用到这些设施很合适,往往就愿意掏钱。

其实,冷战时期,美国和苏联两个超级大国之间的军事斗争也是一种斗鸡博弈。在双方都觉得进攻的收益更大的时候,为了避免两败俱伤的结果,就需要精确地知道对方的实力,精确地估算出对方强硬立场的准确概率,从而更进一步地衡量自己进攻和退让的收益以作出明智的策略选择。冷战期间,美国和苏联都相互派出了大量的间谍的原因就是这种混合策略的需要。

这个经济学博弈中蕴涵着许多生活的智慧:①有时候太要面子往往会

使事情变得更糟,在斗鸡博弈中,如果是理性人的选择,是不会出现两败俱伤那种最差结果的,但由于很多人死要面子、硬抗到底,使得本不可能出现的两败俱伤成为了一种现实。②在选择的时候不可心存侥幸,斗鸡博弈中你可以对对方的行为进行预期,但是必须有足够的信息作为依据,侥幸心理只会使得两败俱伤的可能性增大。

总之,博弈的信息是一个十分诡异的东西,如果你在自己没有完全真正地掌握它前,就胡乱猜想匆忙决断,通常会导致难以控制的结果,这是聪明人行为选择的大忌。



合理避税：你可以交更少的税

就如同富兰克林说过的那样，“死亡和纳税是人这一生中无法避免的两件事情”，人几乎每天都要纳税，买东西、领取工资都要纳税。可以说，你每赚取1元钱，就有0.2元要用于交税，而且由于个人所得税的累进制，你赚得越多，要纳的税的比率也越高。因此许多人都想方设法地减少自己的税收负担。不过，不同的人会用不同的方法：野蛮者抗税，愚昧者偷税，糊涂者漏税，而精明者避税。

与逃税和漏税不同，所谓避税是指纳税人在法律允许的范围内，通过实现筹划和安排自己的经济活动，充分利用优惠和差别待遇，达到减轻税负、使整体税后利润最大化的经济活动行为。

在经济高速发展的今天，怎样才能合理避税已经成为越来越多的人每天生活中都要面对的问题，那么人们应该怎样做呢？

首先让我们来看一看现行税法是怎样规定的，《中华人民共和国个人所得税法》规定：

在中国境内有住所，或者无住所而在境内居住满一年的个人，从中国境内和境外取得的所得，依照本法规定缴纳个人所得税。在中国境内无住所又不居住或者无住所而在境内居住不满一年的个人，从中国境内取得的所得，依照本法规定缴纳个人所得税。

具体地说，以下范围都在个人所得税纳税范围之内：

1. 工资、薪金每月高于2000元的部分，个人所得税的起征点为2000元；

2. 扣除成本、费用、损失后,个体工商户的生产、经营所得;
3. 扣除费用,对企事业单位的承包经营、承租经营以及转包、转租取得的所得;
4. 稿酬所得;
5. 通过劳务所获得的报酬;
6. 特许权使用费所得;
7. 利息、股息、红利所得;
8. 财产租赁所得;
9. 财产转让所得;
10. 偶然所得,例如福彩大奖所得。

需要再次说明的是,个人所得税采用累进制,收入每高一个级别,提高5个百分点的税率。下面是个人所得税税率表:

工资、薪金个人所得税税率表

级数	超过免征点的额度	税率(%)	速算扣除数
1	500 元以内	5	0
2	500~2000 元	10	25
3	5000~20000 元	15	125
4	5000~20000 元	20	375
5	20000~40000 元	25	1375
6	40000~60000 元	30	3375
7	60000~80000 元	35	6375
8	80000~100000 元	40	10375
9	100000 元以上	45	15375

个体工商户的生产、经营所得和对企事业单位的承包经营、承租经营所得适用的个人所得税税率表

级数	超过免征点的额度	税率(%)	速算扣除数
1	5000 元以内	5	0
2	5000~10000 元	10	250
3	10000~30000 元	20	1250
4	30000~50000 元	30	4250
5	50000 以上	35	6750

注:个人所得税额 = (月收入额 - 费用扣除标准) × 税率 - 速算扣除数

税收如果不合理筹划,就会变成个人的一项经济负担,而合理避税能够帮助人们降低税负,进而使理财的效益最大化。一般来说,合理避税的途径主要有以下两种:

1. 奖金分摊发放。税法规定,个人一次性取得的奖金,视为单独一个月的工资或薪金进行所得税计算。这样一来,分次发放奖金的适用概率要比集中一次发放奖金的低,可以减轻税收负担。

例如,王先生 2008 年每月工资 2000 元,但在年底的时候,公司会根据业绩重奖,12 月王先生一次性获得 12000 元的公司年终奖。那么,王先生应该缴纳多少个人所得税呢?

(1) 12000 元属于一次性发放的奖金,按照税法规定个人所得税计算如下:

王先生每月工资在个人所得税免征额以下,不用纳税;而其奖金部分应纳税额为 $12000 \times 20\% - 375 = 2025$ (元)。也就是说,王先生 2008 年共应缴纳税款 2025 元。

(2) 如果采取将年终奖金分次下发的方式,如按季度发放,每季度

3000元,那么王应缴纳的税款是: $(3000 \times 15\% - 125) \times 4 = 1300$ (元)。

通过上述奖金发放方式使得王先生少缴纳了725元的个人所得税。由此可见,将奖金分摊发放能够有效避税,当然,奖金分摊发放的次数越多,纳税人税收利益更大。

2. 合理安排应税所得。

例:陈先生开设了一个经营电脑器材的公司,他的妻子负责经营管理,而陈先生承接一些安装维修工作。预计其每年销售电脑器材的应纳税所得额为40000元,承接安装维修工作的应纳税所得额为20000元。那么,应该如何筹划方案以降低税负呢?

按税法规定,陈先生经营所得属于个体工商户生产、经营所得,因此其全年应缴纳个人所得税: $60000 \times 35\% - 6750 = 14250$ (元)。

那么有没有什么方法能够降低陈先生的税负呢?

假设陈先生和妻子分别成立两个个人独资企业,陈先生专门经营电脑安装维修,而陈先生的妻子只售电脑器材,那么他们具体的纳税情况是:陈先生的企业应纳所得税为: $20000 \times 20\% - 1250 = 2750$ (元);陈先生的妻子的企业应纳所得税为: $40000 \times 30\% - 4250 = 7750$ (元)。这样一来,两人一共纳税10500元,可降低3750元的税负。

通过筹划安排进行合理避税,能够使得最后收益大大增加,因此,怎样合理避税是精明的理财者们不得不考虑的一个问题。



萨缪尔森幸福公式：幸福的奥秘

鲍勃·哈勒尔曾是一家建材市场的普通装卸工人,50岁那年,他意外地中了彩票头奖,总额将近4000万美元。从此,鲍勃再无须为生计奔波,他购置了多处房产和几辆汽车,在别人看来,鲍勃的生活应该是多姿多彩的,然而,令人意想不到的是,两年后,鲍勃把自己关在他豪华处所的一间浴室中,用手枪对准了自己的心脏,一声枪响后,一个生命就此了结。

很多人感到震惊,一个拥有如此优越生活的人为何选择结束自己的生命?难道他还嫌自己不够富裕?或者是他认为自己不够幸福?

一份社会问卷调查显示:美国人的快乐水平相对较高,被调查者中有60%的美国人认为自己很快乐。而中国人的快乐水平却令人沮丧:被调查者中,只有10%的人认为自己是快乐的。

中国人力资源开发网曾发布过国内第一份《中国“工作幸福指数”调查报告》。报告指出,中国的职场人士总体工作幸福状况也不容乐观。将近30%的被调查者的工作幸福感偏低,而工作幸福感较高的人也只占调查人数的10%。

随着社会的进步、经济的发展,今天,人们已经不再为了是否有米下锅而发愁了,但是,衣食无忧了,人们的抱怨却多了。许多人总是“端起碗来吃肉,放下筷子就骂娘”。很多学者和官员对此十分困惑:为什么作为下层建筑的经济发展了,作为上层建筑的人们幸福感却降低了?其实,从经济学的角度来看这非常好理解。

著名经济学家保罗·萨缪尔森有一个关于幸福的著名公式:幸福 = 效用 / 欲望。也就是说,他认为幸福是由效用和欲望这两个方面的因素决定的。

效用的概念十分抽象,经济学上的效用是指从消费物品中得到的主观享受或满足。但是由于其主观性在起作用,所以,价钱高并不意味着效用就一定高,消费多也并不意味着效用一定高。欲望就是想要达到的目标。就个人和家庭而言,欲望就是指过上高品质的生活,父母能够安享晚年,子女能够接受良好的教育,自己也可以满足自己的爱好。

萨缪尔森的幸福公式告诉我们,我们所谓的幸福生活,就是要过上“令人满意”的生活。当欲望不变时,幸福就取决于效用,这时,效用越大人就越幸福,反之则会认为不幸福;而当效用不变时,幸福就取决于欲望,这时,欲望越小人就越幸福。总之,效用越大越幸福,欲望越小越幸福。

一位名人曾说:“有相当一部分人都不知道何谓幸福。在他们看来,只要有大把的钱财,有名车,有豪宅,这就是幸福。但是很多时候,那些有了钱、名车、豪宅的人,并没有真正感觉到自己就比其他入幸福多少。”那么,人要怎样才能幸福呢?

人生真正的幸福是什么? 金钱? 健康? 快乐? 爱情? 亲情? 友情? 回答都不全面。答案应该是所有这些东西的叠加。这些东西中任何一样都是构成幸福人生不可缺少的要素。有钱、有健康、有快乐、有爱,这就是一生的幸福所在,也是人生的最大财富。

人们喜欢金钱、追求金钱,并不是因为它是人们生活的全部,而是因为它可以让人们的生活更加有质感,更加有自由。有了足够的钱,人们就不用为了得到它而受更多的束缚,就有资本不去做那些自己不喜欢的事情,也就有更多的时间去完成自己的梦想。人们要清楚,追求金钱的目的其实是为了“不再追求金钱”。当钱不再对自己的生活构成束缚时,才能从心理上获得最大限度的解放。

所以,金钱绝对不是一个数字的问题,更是一个心态的问题。数字是没有止境的,那么对金钱的追求就应该没有止境吗?

那样的话人生也就没有了任何意义,也就失去了感受更多人生精彩的机会。正因如此,对于金钱的追求才被赋予了更多的内涵,才有了实现更多精彩的可能。

健康也是,当人们有健康身体的时候,是幸福的。只是有很多人感受不到这种幸福,直到失去才追悔莫及。健康是人生一笔巨大的财富,我们要用健康去追求财富,同时也需要有健康来享受财富。健康是人生幸福不可缺少的组成部分,有什么比“有命挣钱,没命享受”更加让人扼腕的呢?所以,一定不要用自己的健康去换取金钱,那只能是赔本买卖。

快乐是什么?人们说“知足常乐”。所以,快乐是一种知足的心境。当你的生活被无止境的金钱追逐占满的时候,恐怕你的快乐也就无处容身了。所以,能挣钱的同时,也要懂得享受财富带给你的快乐。钱可以为你带来快乐,但是当人生中只剩下钱的时候,你的快乐当然也就是短暂的。真正聪明的人懂得一边挣钱,一边享受财富给自己和身边所爱的人带来的快乐。财富没有尽头,但是懂得享受现有财富给我们的满足感,那就是一种快乐。

有了亲情、爱情和友情,人们的生活中就有了爱。“爱”是对幸福最重要的诠释,所以幸福需要爱。这是用金钱买不来的东西,因此它才珍贵。有人喜欢拿钱和爱来作对比,以此来显示“爱”的高尚纯洁和“钱”的俗不可耐。其实,它们两者并不矛盾,因为它们没有可比性,“钱”是一种工具,“爱”是一种情感,二者本身的构成成分就不同,硬要拿来作比较是不公平的。但是,却可以用“钱”这种工具来维护“爱”这种情感,为它镶个美丽的金边,为它扫除不必要的障碍,为它制造更多的浪漫,为它谱写幸福的未来。

也就是说,当“钱”遇见“爱”时,其实可以变得很可爱。只有放弃对钱的偏见,才能感受爱的醇美,这才是财富的真实含义。

真正的幸福并不是拥有更多的财产,而是这些财产带给你的满足感和幸福感,是因有钱,而让自己生活得更健康、更快乐、更有人情味。有了钱、有了健康、有了快乐、有了爱,才具有效用,人生才会幸福。

幸福 = 钱 + 健康 + 快乐 + 爱,人生的等式中任何一个元素都不能少。要知道“我们理的不是财,我们理的是一生幸福”!



心理账户：理性地进行经济生活

心理账户这一概念是由芝加哥大学著名行为金融和行为经济学家理查德·萨勒提出的。萨勒指出,除去荷包这种实际账户,在人们的头脑里还存在着另一种心理账户。人们会将现实中客观等价的支出或收益划分到不同的心理账户中,例如,把工资放进“血汗钱”的账户中;把年终奖放入他人奖励账户中;将购买彩票获得的钱放到“天上掉下的馅饼”账户中。并且对不同心理账户里的钱,人们往往会采取不同的消费行为。“血汗钱”,人们会精打细算,谨慎支出;他人额外奖励的钱,会抱着轻松的态度进行消费;“天上掉下的馅饼”往往更不会珍惜,常常是在很短的时间内挥霍一空。

萨勒曾做过这样一个调查研究:

他为实验参加者设定了两种情景:一种是,去听音乐会之前,发现价值200元的门票不见了,但是还可以再买到;一种是,去听音乐会之前发现丢失了一张与音乐会门票等价值的电话卡,而音乐会的门票是可以全额退票的。问实验参与者是否还会去听这场音乐会?

结果显示,当丢的是音乐会门票的时候,大多数人都不会去听;而丢的是电话卡的时候,大多数人表示会去听,虽然门票与电话卡是等价值的。

那么,为什么会有这两种不同的选择呢?原因就在于,心理上,人们将电话卡和音乐会票归到了不同的账户中,当丢失的是电话卡时,是不会对音乐会所在账户的预算和支出产生影响的,所以大部分人仍然会去;当丢的是音乐会门票的时候,就会使音乐会门票所在账户空掉,进而选择不去听音乐会。

由此可见,人们的消费行为除了受到实际的经济收入的限制之外,也会受到心理账户的影响。为此,在萨勒之后,又有许多经济学家对心理账户进行了深入的研究,将心理账户理论发展深入。

1981年,丹尼尔·卡尼曼和特韦尔斯基在对“演出实验”的分析中使用心理账户的概念,表明消费者根据不同的决策任务形成相应的心理账户进行决策行为。卡尼曼指出,心理账户是人们在心理上对经济结果的分类记账、编码、估价和预算等的一个过程。

1984年,卡尼曼教授和特韦尔斯基教授提出个人观点,他们认为,人们要做出选择,就必然要对多种选择结果进行评估,将选择的结果进行获益与损失的评价,而这个评价过程是带有主观色彩的。

1985年,萨勒教授在其著作“心理账户与消费者行为选择”一文中,正式提出“心理账户”理论,对心理账户现象进行了系统地分析,系统论述了心理账户导致个体违背最简单的经济规律的过程。萨勒认为:个体、家庭、企业集团都存在或明确或潜在的心理账户系统。当这些经济体做决策的时候,这种心理账户系统常常遵循一种心理运算规则,而这种心理运算规则有时与经济学的运算规律是矛盾的。

1996年,著名行为经济学家特沃斯基提出,心理账户是一种认知幻觉,它对金融市场的投资者产生着影响,它使投资者们不能理性地关注价格,进而做出了非理性的投资行为。

1999年,萨勒发表 mental accounting matters 一文,总结了历时20年的“心理账户”研究内容。在文章中,萨勒指出:心理账户有三部分内容最值得人们关注,其一,心理账户参与了对于决策结果的感知以及决策结果的制定及评价的过程;其二,资金被人们根据来源和支出的不同划分到不同的心理账户之中,这些心理上存在的或明确或不明确的特定账户的预算影响着人们的消费行为;其三,账户评估频率和选择框架是根据人们的心理情况随时变动的。概括地说,“心理账户”是人们在心理上对经济结

果的编码、分类和估价的过程,它揭示了在进行财富决策时人们心理认知的过程。

在生活中,我们的经济生活无时无刻不受到心理账户的影响。

例如:一个富翁得了重病,他想把家业交给儿子打理,但是因为儿子是个懒汉,所以十分不放心。于是,他对儿子说:“如果你能凭自己的劳动挣来钱,我就把所有的遗产都留给你;否则,我就将它们都捐出去。”

儿子果然非常的懒,他向母亲要了点钱,骗父亲说是自己挣的。富翁说:“这钱不是你挣的。”说着随手就把它丢进了火炉里。儿子看着钱化成灰烬,十分尴尬地笑了笑,悻悻地走开了。

第二次,他又向母亲要了更多的钱交给父亲。富翁仍然看也不看,顺手丢进了火炉。儿子看着那么多的钱烧掉,有些心疼但也只是无可奈何地耸了耸肩膀。

第三次,儿子觉得父亲太明察秋毫了,知道自己混不过去,只好真的去干活。他给人家扛木头,搬麻袋,吃了许多苦头,才挣来一点点钱。

他拿着自己挣来的钱去见父亲。可是,富翁又把钱丢到火炉里去了。儿子一看,急坏了,当下把手伸进火里,把钱抢了出来。富翁笑了笑说:“这回我相信了。如果不是自己劳动挣来的钱,你不会这样心疼。”

故事很简单,但是却从一个侧面反映出人类对金钱的认知往往带有非理性的因素。比如:同样是100元,如果是自己辛苦挣来的,就不舍得轻易地花出去;如果是捡的或者别人给的,又或者是中彩票来的,消费起来就不会像前者一样深思熟虑。由于心理上的非理性的因素,在人们的眼里,钱和钱是具有差别的。

一位著名的演说家在一次演讲中,上台后,第一个举动就是拿着一张崭新的20元钞票举得高高的,问:“谁要这20元?”坐得满满的台下,几乎所有的手都举了起来。

接着,他将那张20元的钞票揉成一团,然后问:“谁还要?”这下,举着

的手明显少了。

然后,他把钞票扔到地上,用脚使劲儿地踩它、碾它。尔后,他拾起变得又脏又皱的钞票问:“现在谁还要?”这时,几乎没有人举手了。

物质层面上来说,20元依然是20元,并没有贬值;但对于人的心理来说,它已经变得毫无价值了。也就是说,我们在讨论任何一笔钱的时候,或多或少都会受到心理因素的影响。

心理账户现象的影响是两面的,既有积极的一面,也有消极的一面。就积极的一面而言,巧妙地利用在很多情况下会有事半功倍的效果。比如,一个政府想要通过减少5%的税收来刺激消费,这时,返还5%的税明显比减收5%的税更有效果。

同样,心理账户现象的存在为人们理性理财带来一定困难。就财富积累而言,礼金、奖金甚至彩票得来的财富,往往很快就被我们挥霍而空;而定期存款等财富又容易采取过于保守的投资策略。

因此,生活中,我们要尽量理性对待,趋利避害地应用心理账户,这样才能使理财合理化、有效化。



成本策略：商家为何要“大放血”

今天,商品打折随处可见。无论是大街还是小巷,商店的门口醒目地标着的“大甩卖”、“跳楼价”、“大放血”等字样数不胜数,当你走进店门,你很有可能还会发现商店里贴着“恕不讲价”的牌子,而老板还不停地摇头叹气,一副“血本无归”的样子。而商场里,“买一送一”、“买二送一”这些打折广告也随处可见。许多商场无论是一周年、五周年,还是十周年都在搞店庆活动,美其名曰“答谢新老客户的关爱”,将“全场商品一律5折”、“满200送100”的口号喊得十分响亮,而且本来只有一天的“店庆”,往往一开就是几个星期,甚至一两个月。许多小店也是每天都喊着“最后一天大甩卖”,然而到了明天仍然是“最后一天”。

商家无所不用其极地营造出浓烈的打折气氛,然后将消费者邀请到一个充满了“便宜”的世界里,让消费者觉得只要自己愿意,就能捡到便宜。面对这种近乎疯狂的打折潮流,消费者们应该清醒地对待,要知道,因为贪小便宜而吃了大亏的前车之鉴比比皆是。

当然,我们不能否认,确实有一些商店因为转行、店面拆迁、商品换季、清理库存等因素而被迫将商品进行降价处理。其价格的确比打折前要低很多了。但利用“薄利多销”的手段进行促销的商家毕竟还是大多数。

我们知道,商家的一切行为都是以利润为最终目的的,如果他们真的“大放血”、“跳楼价”,而且是整月地放血,天天跳楼,这不是自寻死路

吗?商家这样做的目的非常明显,无非是为了招徕更多的顾客,以获取更高额利润。

那么,商家打折的经济学秘密到底在哪里,为什么商家们对这种把戏乐此不疲呢?

我们知道,产品的生产需要商家投入成本,但是成本中有一部分是不变的,无论是一万件还是一件产品,这些成本都是必需的,比如厂房建筑物和机器设备等,我们可以看出这些成本投资在短期内是不会有改变的。在经济学上,我们将这种短期内在数量上不能改变的投资成本,称为“不变成本”。

相对的,还有一部分成本是随着生产数量的增加而变动的,称之为“可变成本”。如劳动力,如果厂家要扩大生产,就必须增加工人。而不变成本和可变成本构成了商家生产商品所需的总成本。

下面让我们来进一步了解一下成本的内容。如果我们生产某批产品所耗费的成本,当然这包括不变成本和可变成本,平均分摊到每一件产品上时,就可以大致知道每一件产品的可变成本量和不变成本量,也就是“平均可变成本”和“平均不变成本”,而这两者之和就是每一件商品的成本,我们称之为“平均总成本”。

由于商家从每一件商品中获得的收益就是该商品的价格,因此,我们完全可以通过比较价格和以上几个方面的平均成本的大小关系,来揭晓商家愿意生产商品的最高数量和愿意出售商品的最低价格。下面我们就来分析一下商家打折促销后的利润情况。

首先,商家促销能够使得市场需求量加大,从而生产更大数量的商品,由于总成本有一部分成本是不变的,产量的扩大就使得产品的平均不变成本大幅下降,也就是说产品的平均成本下降了。虽然说商品的价格也有下

降,但只要将降幅控制在不大于成本降幅的范围内,商家从每一件商品上获得的利润不但不会减少,反而有增加的可能。

其次,由于降价促使销量上升,而每一件商品的利润并没有减少,这样就在很大程度上提高了总利润。

由此可见,对于大多数商家来说,打折只是其追求利润最大化所采取的一种成本策略。作为消费者一定要有清醒的认识,不要因此而盲目消费。

参考文献

- [1] 林智. 20 几岁要懂点经济学 [M]. 北京:中国纺织出版社,2009.
- [2] 张李娟,王彩霞. 每天学点经济学 [M]. 北京:金城出版社,2009.
- [3] 罗伯特·弗兰克. 牛奶可乐经济学 [M]. 阎佳,北京:中国人民大学出版社,2009.